وزوجتي الحبيبة سوزان، وإخوتي ربيع، زينة، وغنى. كما أشكر كل من الدكتور أيوب بدري وعبدالسلام الحمادي وصلاح وكمال فاخوري وشيخة عبيد الله وهادي الأمعري وفادي قعوار وهشام اسماعيل والرائد عبدالله علي وجميع موظفي برين باور وكل من كتب لي كلمة أو أرسل لي رسالة. كل ذلك كان ومازال دافعاً عظيماً لي لتقديم الأفضل في مجالي.

المحتويات

جيليت Gillette ١٧
دي اتش ال DHL ٢٧
فورد FORD ٣٣
هالمارك Hallmark ٤٧
هيلتون Hilton ٥٧
هيتاشي HITACHI ٦٢
كادبوري CADBURY ٦٧
ايكيا IKEA ٧٢
هونداي HYUNDAI ٨٠
سي إن إن CNN ٨٧
كيلوغ Kellogg's ١٠١
جونسون Jhonson & Jhonson ١٠٦
دايوو DAEWOO ١١٣
كوداك KODAK ١١٩
مايكروسوفت Microsoft ١٣٣
نستلة Nestle ١٤٤
نايكي NIKE ١٥١
نوكيا NOKIA ١٥٧
بيبسي PEPSI ١٦٣
نوتيلوس Nautilus ١٦٩

روكفلر Rokefeller ١٧٦
ريبوك REEBOK ١٨٦
شيسيدو SHISEIDO ١٩٢
بولارويد POLAROID ١٩٨
كنتاكي KFC ٢٠٤
موتورولا MOTOROLA ٢١٥
هوندا HONDA ٢٢٢
ليغو LEGO ٢٣٢
ماريوت Mariott ٢٣٨
فيداكس FEDEX ٢٤٥
سوني SONY ٢٥٦
ماكدونالد McDonald's ٢٦٩
تويز أر أس TOYS R US ٢٧٩
مرسيدس MERCEDES ٢٨٥
بروكتر أند غامبل Procter & Gamble ٢٩٤
ايسر Acer ٣٠٠
أريكسون ERICSSON ٣٠٥
بي ام دبليو BMW ٣١٤
كارنيجي Carnegie ٣٢٠
أي بي إم IBM ٣٢٧
أتاري ATARI ٣٣٤
وول مارت WAL*MART ٣٤٣

تويوتا TOYOTA ٣٥٠
أبل APPLE ٣٥٦
إل جي LG ٣٦٨
ثري ام 3M ٣٧٣
بيك BIC ٣٧٩

إذا كانت لديكم قصة أو مقالة تريدون مشاركتي بها على
أمل نشرها في كتاب مقبل فأرجو أن تتم المراسلة على:

E mail: kifah@brainpowers.com

Or: P.O. Box: 50580, Dubai - UAE

والله ولي التوفيق

كينغ كامب مؤسس شركة «جيليت» العالمية

البساطة وراء الأفكار العظيمة

من منا لم يسمع بشفرة الحلاقة جيليت التي غيرت طريقة الحلاقة، وسهلت عملية حلاقة الذقن ونزع الشعر بشكل سريع وغير مؤلم؟ مؤسس هذه الشركة هو «كينغ كامب جيليت» الذي بدأ تنفيذ فكرته متأخراً، نبعت من رغبة ذات جذور لتقديم ابتكار مميز ونافع. فما هي حكاية نجاح هذا المبتكر الذي كان شعاره الرئيسي «أن معظم الأفكار العظيمة وأفضلها هي أفكار بسيطة وغير معقدة».

كان كينغ كامب جيليت يبحث طيلة حياته عن أساليب وطرق جديدة لتحسين الأشياء وتطويرها وجعلها أفضل. كان رجلاً صبوراً جداً. وكان لديه اعتقاد راسخ أنه سيبتكر يوماً ما فكرة عظيمة يحتاج إليها أغلب البشر وتجعل منه رجلاً غنياً ومشهوراً.

تمت تسميته «كينغ» عن طريق صديق للعائلة. وقد ولد عام ١٨٥٥، ونشأ في شيكاغو حيث كان والده يعمل

وكيلاً في شركة تحفظ الامتيازات وبراءات الاختراع. وشجعه والده مع أخويه ليعملوا بأيديهم، كي يتعرفوا عن قرب إلى طبيعة الأشياء وتركيبتها حتى يتسنى لهم اكتشاف طرق تطويرها.

لقد جلبت هذه الاختراعات البسيطة أموالاً لغيري، واستفاد منها غيري، ونادراً ما كنت أستفيد منها

كانت عائلة جيليت على موعد مع كارثة فظيعة، عام ١٨٧١ عندما اندلع الحريق الشهير في شيكاغو وأتى على كل ما تملكه العائلة ووضعها في الحضيض، فانتقلت إلى نيويورك حيث تعلم كينغ جيليت تجارة البضائع المعدنية والحديدية والخردة.

عندما أصبح عمر كينغ جيليت ٢١ عاماً كان قد أصبح بائعاً جيداً ومتمرساً، لكنه لم يكن مجرد بائع، ولأنه محب للابتكار كان يقم بتلحيم المواد المعدنية ويطورها حصل على براءات اختراع كثيرة لابتكارات بسيطة جداً في توصيل الأسلاك الكهربائية، ولكنها لم تؤمن أموالاً تذكر.

يقول جيليت: «لقد جلبت هذه الاختراعات البسيطة أموالاً لغيري، واستفاد منها غيري، ونادراً ما كنت أستفيد منها. وكان السبب الرئيسي لتسويق هذه الأفكار، وبالكاد كان وقتي يكفيني لأسافر من مدينة إلى مدينة لبيع الخردة».

في عام ١٨٩١ كان قد بلغ عمر كينغ جيليت ٢٦ سنة، وكان قد تزوج ورزق بطفل. وقد تقدم بطلب لوظيفة بائع Baltimore Seal Company، وتم قبوله كمندوب مبيعات، ومنطقة عمله نيويورك وانكلترا.

ساعدت هذه الوظيفة كثيراً جيليت، حيث أن رئيس الشركة واسمه وليام بنتر مبتكر ممتاز، وكان هو الذي اخترع وطور سدادات الزجاجات المكونة من الفلين المغطى بالقصدير، والتي كانت تغلق أية زجاجة بسهولة وإحكام، واستفاد منها مصنعو المرطبات بخاصة. وقد نجح هذا الاختراع كثيراً، حتى أن الشركة غيرت اسمها من «بالتيمور سيل كومباني» إلى «كراون كورك وسيل كومباني» وأصبح اختراع بنتر بعد فترة بسيطة الغطاء أو السدادة المعتمدة لجميع مصنعي الزجاجات في هذه الصناعة وجعلت منه رجلاً ثرياً. وفي سنة واحدة جلب هذا الاختراع أكثر من ٣٥٠ ألف دولار كعائدات على حقوق الامتياز.

في سنة واحدة جلب هذا الاختراع أكثر من ٣٥٠ ألف دولار كعائدات على حقوق الامتياز

ولأن المثل يقول «الطيور على أشكالها تقع»، وحيث أن لدى هذين المبدعين رغبة جامحة ودائمة للابتكار والاختراع، توطدت العلاقة ما بين كينغ جيليت ووليام بنتر، وأصبحا صديقين حميمين، وكانت أغلب محادثاتهما وحواراتهما

تتركز على كيفية تطوير أشياء مفيدة وأشياء جديدة.

وفي إحدى المرات، وخلال حوار قدم وليام بنتر نصيحة إلى كينغ جيليت لا تقدر بثمن وغيرت حياته، عندما قال له: «كينغ، أنت دائم التفكير والابتكار، ولكن لماذا لا تفكر باختراع شيء شبيه لسدة الفلين. عندما يستعملها المرء مرة واحدة لا يستطيع استعمال المنتج نفسه مرة ثانية، لأنها ترمى بعد استعمالها لمرة واحدة، وفي كل مرة يعود إليك الزبائن ثانية طالبين المزيد، وتكون قد رفعت من نسبة أرباحك وبنيت أساساً صلباً لمستقبل مشرق».

كان يكتب كل يوم لائحة بأشياء يمكن تطويرها ورميها بعد أول استعمال

أجابه كينغ مستفسراً: «لكن ما هو عدد الأشياء التي تتشابه مع الفلين، الدبابيس والإبر»؟ رد عليه بنتر: «لا أدري، ولا أعتقد بأنك ستخترع شيئاً كسدة الفلين، لكنك لن تخسر شيئاً إذا فكرت في هذا الاتجاه كثيراً.

ويعترف بأن كلام بنتر أصبح هاجسه الأساسي، وكان يقضي الساعات الطويلة يبحث عن الأفكار ثم يرفضها بعد دقائق من التفكير بها.

كان يكتب كل يوم لائحة بأشياء يمكن تطويرها ورميها بعد أول استعمال، لكن الفكرة التي كان يبحث عنها لم تأت بسهولة وعندما أتت كانت كوميض البرق.

في صباح ذات يوم من عام ١٨٩٥ عندما كان جيليت البائع المتجول والبالغ من العمر ٤٠ عاماً يهم بالحلاقة، وكانت أمراً مضنياً ومرهقاً لملايين الرجال، بخاصة أنها تتم عن طريق موس طوله ٣ انشات، وتشكل خطراً على جلد الوجه والذقن، يقول جيليت عن هذه اللحظات: «كان عقلي كالقناص يحاول تحويل كل ما يراه إلى فرصة لتحقيق ما قاله لي بنتر. وبينما كنت أحلق، كنت أحس بأن موس الحلاقة بليدة وبطيئة، وكانت في حاجة إلى حلاق أو حداد. وبينما كنت أقف والموس في يدي وأنظر بهدوء كما ينظر العصفور إلى بيته، كانت شفرة جيليت الآمنة والسهلة الاستعمال قد ولدت. رأيت كل شيء في هذه اللحظة، وسمعت مئات الأسئلة في ذهني تسأل وتجاوب عن نفسها بسرعة كالحلم».

لمعت في رأسي فكرة أنه يجب ابتكار شفرة حلاقة وتوفر على الناس الذهاب إلى الحداد والحلاق

يضيف جيليت قائلاً: «جاءتني الفكرة عندما لاحظت أن أحداً لم يفكر في تغيير جذري على شفرات الحلاقة، فكل الاختراعات كانت تصب في خانة تحسين الموس وليس تغييرها كلياً. لمعت في رأسي فكرة أنه يجب ابتكار شفرة حلاقة رخيصة الثمن وسهلة الاستعمال وتوفر على الناس الذهاب إلى الحداد والحلاق، وهذا ما يوفر وقتهم بشكل

كبير ويسمح لهم بتبديل الشفرات بشكل منتظم وسهل".

وهكذا فإن الحاجة إلى شفرات سهلة الاستعمال جعلته يفكر في وضع شفرة رقيقة جداً، وغير مكلفة في أداة صغيرة لها «مسكة» بشكل سهل. وعلى الرغم من أن هذه الفكرة كانت رائعة، إلا أن الأمر استغرق ٦ سنوات قبل أن يفتتح جيليت شركة من دون مكاتب، ومن دون موظفين بدوام كامل، وبمبلغ زهيد جداً من المال. وكان لديه شريكان يعملان في وظائف أخرى.

أول تصميم لشفرة جيليت كان خيبة أمل مرعبة

أول تصميم لشفرة جيليت كان خيبة أمل مرعبة. ومن أهم الأسباب كان الاعتقاد السائد بأن الشفرة الأمثل يجب أن تكون غالية الثمن. ويجب أن تشحذ عند الحداد أو الحلاق، ويجب عليها أن تدوم إلى الأبد عن طريق العناية الدائمة. وليس بهذه السهولة يتم تغيير نظرة الناس إلى هذا الأمر، وكانت تساؤلات الناس مبنية على سؤال مهم: «كيف ببائع متجول عمره ٤٦ سنة، واسمه كينغ كامب جيليت يدعي أن شفرات الحلاقة يجب أن تكون من الحديد الشفاف والزهيد الثمن، وترمى بعد استعمالها لمرتين أو ثلاث».

كان رد فعل الحلاقين والحدادين سلبياً كثيراً. وبالنسبة

إليهم كان ألطف رد فعل لفكرة جيليت أنها مثيرة للضحك. وبعد سنوات اعترف جيليت بأن تجاهله لكل هؤلاء كان السبب في إثبات نجاح فكرته التي تصدى لها الجميع ويضيف: «لو كنت إنساناً متعلماً ومدرباً، وعلى علم بكل الأمور التقنية، لما كنت بدأت بهذه الفكرة أبداً».

قبل أن تبيع شركة جيليت شفرة. كانت الشركة غارقة بديون بآلاف الدولارات، وعن ذلك يقول جيليت: «كنا في الزاوية الضيقة مع أصحاب الديون، وكانوا يقفون بالطابور جاهزين لأي شيء للمطالبة بديونهم. وجاءني شعور بأنني أعطيت موضوع الشفرة أكثر مما يستحق، ولكنني لم أشعر باليأس».

بدأت الشركة عملياتها ببيع شفراتها للحلاقة عام ١٩٠٣ وكان عمر جيليت حينها ٤٨ سنة

التجأ كينغ جيليت إلى رجل أعمال اسمه جون جويس، كان قد ذهب إليه في السابق ليدعم فكرة من أفكار جيليت الفاشلة، وعلى الرغم من أن جويس كان يريد مبلغ ٢٠٠٠٠ دولار من جيليت بسبب الفشل، دخل عليه بكل ثقة طالباً منه مساعدته وانقاذ فكرته، وأعطاه شفرة من شفراته، فلم يخف اعجابه بها وقدم له الدعم المطلوب».

بدأت الشركة عملياتها ببيع شفراتها للحلاقة عام ١٩٠٣ وكان عمر جيليت حينها ٤٨ سنة. كانت السنة الأولى

فاشلة فشلاً ذريعاً، إذ باعت في السنة الأولى ٥١ آلة حلاقة و١٦٨ شفرة. ولكن في الوقت نفسه، وعلى الرغم من هذه الكمية المحدودة، كان جيليت متفائلاً بأن هذا يعتبر خطوة مهمة للمستقبل.

باعت جيليت ٣,٥ ملايين أداة حلاقة مع شفراتها للحكومة الأميركية خلال الحرب العالمية الأولى

وعلى الرغم من كونه رئيساً لشركة جيليت، لم يترك وظيفته في «كراون كورك أند سيل» وأصبح راتبه ٥٠٠٠ دولار في السنة، وأعطته الشركة علاوة، وأرسلته إلى انكلترا، مع أنه لم يكن يريد أن يذهب.

حققت مبيعات جيليت مع نهاية العام ١٩٠٤ نسبة هائلة. فارتفعت المبيعات إلى ٩٠٠٠ أداة حلاقة و١٢,٤ مليون شفرة. واستمرت الشركة في التقدم بخطى ثابتة، ولعبت استناداً إلى خطط تسويقيه مدروسة، وتوسعت وافتتحت فرعاً لها في لندن عام ١٩٠٥.

باعت شركة جيليت ٣,٥ ملايين أداة حلاقة مع شفراتها خلال الحرب العالمية الأولى للحكومة الأميركية وحدها. كما تم توزيع آلاف الشفرات مجاناً. وكانت هذه الاستراتيجية ممتازة. حيث تدافع الناس لشراء شفرات جيليت بعد استعمالها.

بدأت أفكار جيليت تؤتي ثمارها، وأصبحت شفرات

الحلاقة من أشهر السلع التي تباع، وبدأت الشركة باستراتيجية رعاية البرامج الرياضية وكان ذلك عام ١٩٣٠. واستمرت الدعاية بنشر هذا المنتج زهيد الثمن كثير الفعالية.

توفي كينغ جيليت عام ١٩٣٢، لكن حلمه لم ينته. وتابعت شركة جيليت التوسع والانتشار، بعدما عبد لها الطريق بأفكاره الابتكارية والمتميزة. وتعتبر شركة جيليت الآن من أكبر الشركات في العالم، ولا تبيع الشفرات فقط، انما الكثير من السلع المشهورة ومنها على سبيل المثال لا الحصر: شفرات Sensor, Trac II، بطاريات Dura-cell، فرشاة الأسنان Oral B، شامبو White Rain، أقلام Parker، الأدوات الكهربائية Braun. وغيرها الكثير.

تبيع جيليت منتجاتها في أكثر من ٣٠ دولة، وتبلغ ٦٠ في المئة من أرباحها من السوق الخارجية. كما أن نسبتها من سوق الولايات المتحدة ٦٧ في المئة.

بدأت الشركة باستراتيجية رعاية البرامج الرياضية منذ عام ١٩٣٠

كل ما ذكرناه من بنات أفكار بائع متجول كان دائم البحث عن شيء متميز يرفعه إلى مصاف المشاهير.

لكن، ماذا لو يئس كينغ جيليت عندما سخر منه الجميع؟ أو ماذا لو لم يسع إلى تمويل فكرته وعدم توفير أي

جهد حتى يبتكر شيئاً مفيداً يستعمله ملايين البشر كل صباح، واسمه محفور على كل أداة حلاقة حتى يومنا هذا، على الرغم من مضي ٦٦ سنة على وفاته؟

الدور الأول لـ«الحاجة أم الاختراع»

اسطول طائرات و٥٩٢٠٠ موظف ومبيعات بالمليارات

يشكل عامل توفير الوقت أهم الفوائد التي يسعى اليها الإنسان منذ قديم الزمان. . فلدى غالبية الناس الاستعداد لدفع المال، من دون أي نقاش، مقابل توفير وقتهم والحصول على ما يريدون بسرعة، ولو لم يكن هناك داع للسرعة.

من الشركات التي فهمت تماماً هذه الحاجة ودرستها بعمق واستطاعت ان ترضيها شركة DHL، حيث اسهمت مع غيرها من الشركات في تحويل هذه الخدمة من الكماليات الى الأساسيات، وأصبح ارسال الرسائل والطرود نوعاً من المظاهر «والبرستيج».

إنها شركة عالمية تعمل تحت غطاء شركتين منفصلتين، احداهما مركزها الولايات المتحدة الأميركية، والثانية بروكسيل في بلجيكا.

وحسب احصاءات شركة هوفر الأميركية فإن موقع

شركة DHL هو الثالث بعد فيديرال اكسبرس وUPS في الولايات المتحدة الأميركية ولكنها الأولى من دون منازع في السوق العالمية (٤١ في المئة من السوق العالمية)، وهي أكبر من فيديرال اكسبرس ويو بي أس مجتمعتين.

وقد استطاعت الشركة أن تصل بخدماتها الى ٧٠٠٠٠ موقع في ٢٢٠ دولة. وتملك الخطوط الجوية اليابانية ٢٥ في المئة من الشركة، كذلك شركة طيران لوفتهانزا. كما تملك شركة «نيشو ايواي» ٧,٥ في المئة ويملك احد شركاء «دي. اتش ال» ويدعى لاري لي هيلبوم، وهو متوفى، ٦٠ في المئة من الخطوط الجوية لـ «دي. اتش. ال» ويملك ٢٣ في المئة من الشركة العالمية. تملك شركة دي اتش ال العالمية طائراتها الخاصة، اضافة الى الاعتماد على شركات الطيران العالمية والمحلية حسب الدول للقيام بأعمالها.

اسم الشركة هو اختصار لـ:
Adrian Dalsey (the D)
Larry Hillblom (the H)
Robert Lynn (the L)

تأسست الشركة العام ١٩٦٩ عندما كان ثلاثة من العمال في شركة واحدة يبحثون عن وسائل فعالة وناجحة لتوفير الوقت بالنسبة الى وقوف السفن في الموانئ. وقد تمت تسميتها «دي. اتش. ال» نسبة إلى هؤلاء العمال الثلاثة:

Adrian Dalsey (the D)
Larry Hillblom (the H)

Robert Lynn (the L)

كانت فكرتهم مبنية على أساس توصيل وثائق الشحن المتعلقة بالسفن الى الموانئ قبل وصول السفن وذلك لفحصها والتدقيق فيها، لتوفير واختصار وقت وقوف السفن في الموانئ.

فكرتهم بنيت على أساس توصيل وثائق الشحن الى الموانئ قبل وصول السفن لفحصها مسبقاً اختصاراً للوقت

كانت فكرة مهمة، وعلى الرغم من صعوبة تنفيذها، تطورت بسرعة وتحولت الى فكرة التوصيل السريع بين كاليفورنيا وهاواي.. وقد كان مصرف «بن أوف أميركا» من أول من استخدم خدمتها، لأنه كان يريد أن يتم ارسال رسائل الائتمان والوثائق والمستندات البنكية من شركة واحدة فقط، وكانت دي. اتش. ال هي هذه الشركة.

كان أشهر الشركاء الثلاثة لاري لي هيلبوم والذي توفي في حادث تحطم طائرة العام ١٩٩٥. كان لاري مغرماً بالمراهقات، ويقال انه لولا ذلك لترك اكثر من «دي. اتش. ال» وراءه. وقد استطاع محاموه، بعد معاناة، اقناع اربع آسيويات بالقبول بنسبة ٦٠ في المئة من ثروته البالغة نحو ٥٠٠ مليون دولار، ما أثر تأثيراً مباشرا في الشركة، حيث انه يملك ٦٠ في المئة من خطوط الشركة الجوية و٢٣ في المئة من «دي اتش. ال» العالمية.

توسعت اعمال الشركة الى الفليبين العام ١٩٧١، وبعد سنتين استطاع الشركاء الثلاثة اقناع رجل اعمال، واسمه بو تشونغ، وهو من هونغ كونغ بمساعدتهم بتأسيس الشركة العالمية.

من الاتفاقات المهمة التي رفعت من شأن "دي. اتش. ال" الاتفاق الذي تم مع أوتيل هيلتون العام ١٩٨٠

لم يكن لدى تشونغ الاستعداد أو الرغبة بدخول هذا المجال، لأنه لم يكن لديه أية خلفية عن الموضوع. لكنه اقتنع بعد ذلك، لأنه ركز على أهمية هذه الخدمة للشركات ومجالات الاعمال.

كان تشونغ اول من وضع رسوم توصيل موحدة ومركز عمليات موحدا، ونجحت شركته الى أبعد الحدود في وقت قصير، فلم يمض العام ١٩٧٢ حتى كانت الشركة قد وصلت خدماتها الى استراليا، هونغ كونغ، اليابان، وسنغافورة، وفي العام ١٩٧٤، وصلت الشركة الى اوروبا، واميركا اللاتينية العام ١٩٧٧، والشرق الأوسط وأفريقيا العام ١٩٧٨.

من الاتفاقات المهمة التي رفعت من شأن «دي. اتش. ال» الاتفاق الذي تم مع أوتيل هيلتون العام ١٩٨٠، والذي يؤمن توصيلا يوميا بين فنادق هيلتون العالمية، ولكنها ركزت بعد ذلك على السوق داخل الولايات المتحدة، وبدأت بالاستثمار بقوة خلال العام ١٩٨٣. كما

انها كانت شركة البريد الأولى التي تتوسع داخل أوروبا الشرقية، وفي مقابل توسعها في سوق الولايات المتحدة، بدأت شركة فيديرال اكسبرس ويوبي اس بالتوسع خارجها لتنافسها.

وفي العام ١٩٨٦ اسست الشركة اول خط طيران في الصين، وكان دالسي المسؤول المباشر عن هذا المشروع، كما كان اول الشركاء المتوفين وذلك في العام ١٩٩٤.

فتحت الشركة في العام ١٩٩٦ فرعا في موسكو بقيمة ١٠ ملايين دولار، ووقعت العام ١٩٩٧ عقداً لشراء ٧ طائرات ايرباص من خطوط تاي الملكية، ما سيجعل عدد طائرات الشركة ٩٤، ويرفع قدراتها بنسبة ٤٤ في المئة.

توفي دالسي في العام ١٩٩٤، ومن بعده هيلبوم، وفي العام ١٩٩٨، توفي المؤسس الثالث للشركة روبرت لين.

كانت شركة البريد الأولى التي تتوسع داخل أوروبا الشرقية

يبلغ عدد موظفي الشركة حوالي ٥٩٢٠٠ موظف حسب آخر احصاء للعام ١٩٩٧ بمعدل زيادة ١٨,٤٪، وبلغت مبيعاتها العام ١٩٩٧ حوالي ٤ مليارات و ٨٠٠ مليون دولار حسب شركة هوفر الأميركية.

لعبت «الحاجة أم الاختراع» دوراً مهما في تأسيس «دي. اتش. ال» فالدافع القوي لحل مشكلة توقف السفن في الموانئ في ولاية من الولايات

المتحدة الأميركية وتوفير الوقت ورفع الانتاجية اوصلت الشركة الى فتح ٢٠٠٠ مكتب في أكثر من ٢٢٠ دولة.

فكرة صغيرة قربت المسافات ووفرت الوقت والمال بالملايين. وجعلت العالم قرية صغيرة يتسابق فيها الإنسان مع الزمن لتوصيل ما يريد في اقل من ٤٨ ساعة في مختلف انحاء العالم، خدمة مدهشة تتطلب في بعض الأحيان معجزة، ولكن اجتماع عقول ثلاثة جعل منها شركة امتدت الى القارات الخمس.

طريق هنري فورد إلى تحقيق أحلامه

معنى عدم الاستسلام للفشل

تعتبر شركة فورد من أهم شركات إنتاج السيارات في العالم. وقد ولد مؤسسها هنري فورد في ٣٠/٧/١٨٦٣ في مزرعة في ولاية ميشيغان في الولايات المتحدة الأميركية. وكان الابن الأكبر في عائلة مكونة من ٤ أولاد وابنتين. هاجر أهله إلى الولايات المتحدة من ايرلندا العام ١٨٤٣ وواجهوا تحديات عدة. وكان والده، وليام فورد، مزارعاً ناجحاً ونشيطاً.

ولد فورد خلال الحرب الأهلية التي نشبت بين الولايات المتحدة الجنوبية والولايات الشمالية، وكان انتصار الولايات الشمالية عاملا في توحيد الولايات المتحدة، وكان لهذا أثر كبير في نجاح فورد وتحقيق أحلامه.

كان لنهاية الحرب حافز لأميركا للتطور والتوجه نحو التطور الصناعي، ما أثر بشكل ايجابي في الزراعة.

وعلى الرغم من أن هنري فورد ولد وعاش طفولته في مزرعة، لكنه ما لبث أن أظهر اهتماماً في النهضة الصناعية، وهذا طبعاً لم يعجب والده الذي أراد أن يكون معه في المزرعة. لكن هنري كان يكره الزراعة ويحاول الهروب قدر المستطاع من هذه المهنة، ولم يكن كسلاً، انما عدم رغبة. وكان هنري فورد نشيطاً بخاصة في الأمور التي ترتبط بالميكانيكا وتصليح اي شيء يرتبط بذلك.

يقول فورد عن تلك الأيام: «لا أستطيع تصور تمضية ساعات وأيام طويلة أجر مجموعة من الخيول الكسولة والمنهكة». وفي الثانية عشرة من عمره كان هاجسه تصليح الساعات لأصحابه على مقعد قديم في غرفته.

لم يكن هنري فورد على وفاق مع والده لأنه كان ينظر إليه كمزارع يساعده

لم يكن هنري فورد على وفاق مع والده لأنه كان ينظر إليه كمزارع يساعده، وكان يرى أن والده قد أضاع عمره في مهنة مرهقة تتطلب جهداً وتعباً ومدخولها لا يذكر. لذلك لم يكن ممكناً ان يعيد الكرة.

وهو تعلم من والده حب الريف وتعلم من أمه، ماري، الاقتصاد في كل شيء، وتربى على كره التبذير.

توفيت امه العام ١٨٧٦، ما سبب له صدمة ولم يعد يستطيع ان يكمل في الزراعة، ووجد بعد ٣ سنوات عملاً

كميكانيكي في ولاية ديترويت. وخلال تلك الفترة انضم المحرك البخاري الى اهتمامات هنري فورد، ويقول عن تلك الأيام انه دهش عندما رأى القطار البخاري لأول مرة. وعندما توقف القطار ليعطي الفرصة لعربة هنري ووالده للمرور. هرع إلى سائق القطار يسأله عشرات الأسئلة عن القطار وكيف يعمل. وانضم الى ورشة في ديترويت نشاطها تصنيع وتصليح المحركات، وكان عمره آنذاك ١٦ سنة.

كان يعمل في النهار في الورشة، وفي الليل يصلح الساعات التي كان يعشقها، ولحاجته إلى المال

عاش هنري فورد عند عمته في ديترويت بعد وفاة والدته. كان يعمل في النهار في الورشة، وفي الليل يصلح الساعات التي كان يعشقها، ولحاجته إلى المال. وظلت فكرة تأسيس محل لتصنيع الساعات تراوده لمدة ٣ سنوات، لكنه عندما أحس بحجم المصاريف التي يحتاج إليها وطبيعة السوق، غير رأيه في الموضوع، لأنه وجد أن عليه تصنيع عدد كبير من الساعات ليكون السعر منخفضاً ومقبولاً بخاصة ان الساعات في تلك الأيام كانت من الكماليات، ولأن الشوارع كانت مملوءة بالساعات الضخمة.

وكان لدى هنري فورد قناعة وهي: «إذ استطعت ان تجد طريقة لتصنيع شيء يريده الناس بسعر منخفض فأنت على

طريق يؤدي بك الى نجاح عظيم، بخاصة أن الناس لا يعرفون دائماً ماذا يريدون حتى تقول لهم ذلك».

وكان على هنري فورد، والبالغ من العمر ٢١ عاماً، ان يضع طموحاته الكبيرة جانباً. لذلك وافق على العمل مع والده في تقطيع الأشجار وإدارة منجرة لسنوات تعرف خلالها إلى كلارابراينت التي اعجبتها رزانته واجتهاده. وفي ١١/٤/١٨٨٨ تزوج منها.

وعندما استقر هنري عائلياً تسرب الملل والضجر الى نفسه من عمل الحقل، وكان قد جذبه اختراع ميكانيكي جديد. ففي العام ١٨٧٩ صمم المحامي الأميركي جورج بالدوين سيلدين محرك سيارة يستخدم محرك الوقود الذي اخترعه الألماني نيكولوس أوتو. وفي الحقيقة لم يكن سيلدين مهندساً، ولم يصنع السيارة، انما سجل براءة اختراع تمنع أي شخص من استخدام هذه الأفكار من دون أن يدفع له مالاً.

تعلم هنري فورد كيفية صنع المحركات ببطء شديد وجهد كبير

بلغت الأمور ذروتها عند هنري فورد في العام ١٨٩١، وقرر الرحيل من الحقل الى ديترويت مع زوجته.

ومن محاسن المصادفات التقى هنري زميلاً قديماً، وأدى ذلك الى توظيفه كمهندس في شركة اديسون للكهرباء في ديترويت، وكان فجر

الكهرباء قد ابتدأ بالبزوغ.

كانت السيارة دراجةً وضعا لها محركاً مربوطاً بحزام الى العجلة الخلفية وأسمياها "الدراجة ذات العجلات الأربع

وعلى الرغم من ان هنري تعلم الكثير من عمله الجديد الى درجة أنه اصبح خلال ٤ سنوات رئيساً للمهندسين في محطة الكهرباء، إلا أن شغفه بالمحركات وعملها كان طاغياً في حياته، وكان يحاول صنع واحد في مطبخ النزل. وفي العام ١٨٩٣ رزق وكلرا بولد أسمياه «ادسيل».

تعلم هنري فورد كيفية صنع المحركات ببطء شديد وجهد كبير، ولم يكن ذلك سهلاً لأنه بدأ من الصفر تقريباً. وتعاون هنري مع ميكانيكي آخر اسمه جيم بيشوب، ونجح الاثنان في تصميم سيارة تسير على الطريق بعد سنتين من الأبحاث. كانت السيارة عبارة عن دراجة هوائية وضعا لها محركاً مربوطاً بحزام مطاطي بالعجلة الخلفية وأسمياها «الدراجة ذات العجلات الأربع». وكانت التجربة الأولى في شهر يونيو ١٨٩٦، وكان الطقس يومها سيئاً جداً. وعندما كانت السيارة جاهزة، كانت الساعة تشير إلى الرابعة صباحاً، ولم يستطع الاثنان الانتظار على الرغم من التعب بعد السهر الطويل والمتواصل. وعندما حاولا اخراجها من الباب كان حجمها اكبر من الباب فتناول هنري مطرقة، وكان قد فقد صبره، وكسر الحائط

الذي يحيط بالباب لاخراجها.

وهكذا نزلت أول سيارة لفورد الى الشارع في الرابعة صباحاً.

كان منظر «فورد المجنون» كما كانوا يسمّونه مضحكاً، حيث كان يقود السيارة مع زوجته وطفله الصغير

وكان منظر «فورد المجنون» كما كانوا يسمونه غريباً ومضحكاً، حيث كان يقود السيارة مع زوجته وابنه البالغ من العمر ٣ سنوات، وأصبح منظره في ديترويت مألوفاً، ولأنه يحب التطوير الدائم باع السيارة بـ ٢٠٠ دولار ليصنع سيارة أفضل.

واجه هنري فورد موقفاً يتطلب منه قراراً صعباً. فعلى الرغم من ان شركة اديسون كانت لاتتدخل في حياة موظفيها الخاصة، لكنها لم تكن مرتاحة الى ما يفعله هنري بعد الدوام، بخاصة انها علمت انه باع السيارة وتاجر بها. وحاولت ترقيته الى وظيفة مدير عام للمحطة شريطة ان يترك العمل بعد الدوام.

كانت الترقية بالنسبة الى هنري زيادة كبيرة في الراتب، وذلك يعني انه يستطيع ان يشتري المعدات اللازمة، ويستأجر مكانا كبيراً لتصميم السيارة الجديدة، لكن حسب الشرط كان صنع سيارة جديدة هو الشيء الوحيد الذي لا يستطيع أن يفعله. واذا أراد ان يصنع سيارات عليه تأمين اموال وشركاء، فيما هو يحتاج إلى راتب مضمون يعيل به

عائلته.

بعد ١٠ أيام لم ينم فيها هنري فورد ولم يغمض له جفن، وجد ضالته عندما عثر على من يدعمه وهو ويليام مورفي الذي كان تاجراً للخشب، مع بعض التجار.

وتم تأسيس شركة ديترويت للسيارات. عندها استقال هنري فورد، البالغ من العمر ٣٦ عاماً، من شركة اديسون، وأصبح كبير المهندسين في الشركة الجديدة، وكان الثمن انه قبل براتب أقل.

كان فورد بارعاً في هندسة السيارات، إلا أنه لم تكن لديه خبرة في إدارة الأعمال

على الرغم من أن فورد كان بارعاً في هندسة السيارات، إلا أنه لم تكن لديه خبرة في إدارة الأعمال، بخاصة انه لم يكن بارعاً في الحسابات والأرقام. فاجأته الحقيقة وحجم المصاريف في الحياة العملية، إذ كان شخصاً لا يحب العمل مع الآخرين، ولا يجب أن يعارضه الآخرون، ويعتبر أنه اذا لم يوافق الآخرون ١٠٠ في المئة معه فمعنى ذلك انهم ضده. بذلك كانت شخصيته تحتوي على العبقرية، وكذلك على ثقة في النفس تصل إلى حد الغرور.

كان يعتقد بأنه دائماً على حق، ما جعل داعميه في حالة ضجر منه، بخاصة انه خلال ١٥ شهراً لم يتم تصنيع سوى بعض السيارات، فيما الشركة مثقلة بالديون. وعندما

ضاقوا ذرعاً به اجتمع الشركاء المديرون وقرروا في شهر نوفمبر تصفية الشركة وبيع المعدات، وطرد هنري فورد من منصبه. ولم يحضر هنري الاجتماع، وقال لزميل له «إذا سألوا عني، قل لهم انني تركت المدينة»، لأن هناك شيئاً واحداً لا يطيقه وهو أن يقول له أحد إنه فشل.

كانت هذه المرحلة أسوأ المراحل التي مر بها فورد، لقد فشل وصار عاطلاً عن العمل، على الرغم من انه لم يعترف بذلك ولم يستطع أن يؤمن المتطلبات الحياتية لعائلته، فانتقلوا الى منزل والده، وبدأ القلق يتسرب إلى نفس كلارا خوفا على مستقبل العائلة.

بعد شهور من الاحباط، استطاع فورد أن يقنع بعض الممولين من الشركة القديمة بتأسيس شركة لتصميم سيارات للسباق. وعلى الرغم من أنه كان مقتنعاً بتصميم سيارات وبيعها بسعر منخفض، إلا أنه رضخ لتصميم سيارات مكلفة كسيارات السباق لأنها كانت رغبة الشركاء.

كان هناك شيء واحد لا يطيقه وهو أن يقول له أحد إنه فشل

كانت سيارات السباق التي صممها فورد ناجحة، وأصبح بطلاً للسباقات لأنه كان يقود واحدة منها في العام ١٩٠١. ودامت الشركة الجديدة ١٦ شهراً قبل أن يختلف فورد مع الذين دعموه مرة ثانية. واستمرت من دونه، وتمت تسميتها باسم أصبح

شهيراً في تصنيع السيارات الفخمة «كاديلاك».

استمر فورد في تصميم سيارات السباق بدعم من متسابق كان يعرفه، فاز بجائزة مادية اسمه توم كوبر. لكن هذه العلاقة لم تدم طويلاً، وأصبح الناس يرونه كجالب للنحس. فعلى الرغم من كونه ميكانيكياً بارعاً، إلا أنه كان من الصعب ان يتأقلم مع الناس.

صناعة السيارات شيء وبيعها شيء آخر تماماً

كما عمر فورد ٤٠ عاماً، عندما بدأت الأفكار تتزاحم في ذهنه، وكان أول من فكر في بيع السيارات في صالات العرض، وبذلك بدل أن ينتظر الناس ليتصلوا، يستطيعون الحضور وتجريب السيارة.

هذه الأفكار كانت ثورية في عالم صناعة السيارات. وقد مر ٢٠ عاماً على اختراع المهندسين الألمانيين غوتليب ديملر وكارل بنز سيارات تعمل بمحرك الوقود، لكن هذه السيارات كانت للأغنياء فقط ،وكانت تصنع باليد. أما حلم فورد فكان أن يصنع سيارات تكون في متناول الجميع، وليست حكراً على الطبقة الغنية، كان يريد سيارة تركبها كل عائلة بجميع أفرادها.

اكتسب فورد خبرة في فن البيع والتسويق، لأنه اكتشف أن صناعة السيارات شيء وبيعها شيء آخر تماماً. وقد

ذاعت شهرته في ديترويت، لكنها للأسف كانت سيئة.

رجل واحد كان يؤمن بهنري فورد يدعى الكسندر مالكولمسون وكان أهم تجار الفحم في المدينة. وتم تأسيس شركة لتصنيع السيارات التجارية، وفي ١٩٠٣/٦/١٦ تم تأسيس شركة فورد لصناعة السيارات، حيث تولى فورد منصب نائب الرئيس. وقد لعب محاسب مالكولمسون، جيمس كوزنس، والذي انضم إلى شركة فورد كمدير عام للشركة، دوراً مهماً في بدايات الشركة ومراحل تطورها.

حصلت مواجهات بين فورد وداعميه الجدد. وكان اختلاف الرأي أن فورد يريد تصنيع السيارات بكل قطع غيارها، أما داعموه فإنهم يريدون أن تشتري الشركة قطع الغيار. وخسر فورد المعركة.

رجل واحد كان يؤمن بهنري فورد يدعى الكسندر مالكولمسون وكان أهم تجار الفحم في المدينة

بدأت الشركة بتصميم السيارات بشكل واسع، وبدأ التطور شيئاً فشيئاً من سيارات فورد A التي تم انتاج ٦٠٠ سيارة، منها في السنة الأولى، تبعتها السيارات المحسنة B,C,F,K,R and S وكانت الأحرف الناقصة موديلات لسيارات لم ترق الى مستوى الإنتاج، ولم تمض فترة بسيطة حتى كانت سيارات فورد A في الأسواق العالمية وجذبت الانتباه من أنحاء العالم.

كان هنري فورد مهندساً بالخبرة، لذلك لم يكن باستطاعته قراءة الرسومات الهندسية، لذلك كان يعمل بحدسه وهذا سبب ازعاجاً لشركائه.

كثرت التهكمات على سيارات فورد، لكنه لم يأبه لذلك طالما أن الناس تشتريها.

وبعد تطور الشركة نوعاً ما، عاد فورد إلى حلمه القديم وهو تصنيع سيارات بعدد كبير وبسعر قليل. ومن دون أن ينتظر مناقشة الموضوع مع شركائه أعلن في صحف ديترويت في ربيع ١٩٠٥ انه يستطيع أن يصنع ١٠٠٠٠ سيارة تباع الواحدة منها بسعر ٤٠٠ دولار. وسبب ذلك دهشة وغضباً بين الشركاء وأصبحت القطيعة حتمية.

جمع فورد الشركاء واشترى ٨٥ في المئة من الاسهم، وبقي معه جيمس كوزنس. وبذلك حقق حلمه الذي بدأ منذ رحيله من شركة ديترويت للسيارات. ويقول هنري عن ذلك «لقد استقلت، واتخذت قراراً بألا أتلقى أوامر من أحد».

بدأ بالتوسع وسيارته الجديدة كانت كلها من فورد من الألف إلى الياء، وظهرت سيارة T، وبدا التسويق عبر الاعلانات والمقابلات الصحفية، وبدأ ببناء المصانع خارج الولايات المتحدة.

كثرت التهكمات على سيارات فورد، وبدأ الناس بنعتها بنعوت مضحكة، لكن فورد لم يأبه لذلك طالما أن الناس

تشتريها.

وبما أن النجاح يجلب المشكلات والضغوط، فقد كانت شركته تحت ضغط تنفيذ وعودها المعلنة في كل مكان، وتم حل هذه المشكلات عندما قرر فورد صناعة السيارة بطريقة التجميع. إذ كانت فلسفته «يجب جلب العمل الى العامل، وليس العامل الى العمل».

بما أن النجاح يجلب المشكلات والضغوط، فقد كانت شركته تحت ضغط تنفيذ وعودها المعلنة في كل مكان

تمت القطيعة بين جيمس كوزنس وهنري فورد العام ١٩١٥ بعد الحرب العالمية. وفي العام ١٩١٩ أصبح ادسيل ابن هنري فورد، رئيساً لشركة فورد واستمر هنري بإدارة الشركة على الرغم من وجود ابنه.

وفي العام ١٩٣٢ تم انتاج ٥٢١,٠١١,٠٠٠ سيارة، وكان تصنيع السيارة الواحدة يستغرق نصف المدة التي يستغرقها تصنيع السيارة الثانية في الولايات في ذلك الوقت «شيفروليه».

عن التغيير المستمر يقول فورد «نحن لا نغير لمجرد التغيير، لكننا نغير عندما يثبت ان التغيير هو افضل من الطريقة القديمة». وقد استطاع ان يثبت نظريته، التي راودته منذ الطفولة.

توسعت «فورد»، وكانت قد بدأت بتصنيع سيارات الشحن العام ١٩١٧، لكن حصول هبوط فجائي في

مبيعات سيارات موديل T بحوالي نصف مليون دولار، دفع الشركة في العام ١٩٢٧ إلى الاعلان عن التوقف عن تصنيعها.

حصل اضراب للعمال في مايو من العام ١٩٣٧، وبعدها تحول الى تمرد على الظروف التي يعيشونها. وسمي التمرد معركة «ريفر روج». وفي العام ١٩٤١ دخلت الولايات الحرب العالمية الثانية وتحولت مصانع فورد إلى تصنيع آلات الحرب. وفي العام ١٩٤٣ توفي ابن هنري فورد بسبب سرطان المعدة، وعاد هنري كرئيس للشركة. وبعد سنتين أصبح حفيد هنري فورد، هنري الثاني رئيسا للشركة.

توفي هنري فورد في ١٩٤٧/٧/٤عن عمر يناهز الـ ٨٣ سنة. وفي العام ١٩٥٩ تم تصنيع السيارة الرقم ٥٠ مليونا. وفي العام ١٩٦٧ تم طرح سيارة «فييستا» من شركة فورد. نشأ تعاون بين شركة فورد وشركة مازدا في العام ١٩٧٩.

توفي هنري الثاني العام ١٩٨٧، وبعدها أنشأت فورد علاقة تعاون مع الشركة الألمانية «فولكسفاكن». ودخلت الأكياس الهوائية في جميع سيارات فورد، وفي العام ١٩٤٩ وافق وكلاء شركة نيسان على بيع سيارات

نحن لا نغير لمجرد التغيير، لكننا نغير عندما يثبت ان التغيير هو افضل من الطريقة القديمة

فورد في اليابان.

يثبت لنا فورد ان الفشل في البداية لا يعني اليأس، هو مثال حي على انسان آمن بفكرة ومبدأ وعمل لها بكل جهد وعزيمة حتى عندما كانت المصادر معدومة.

حلمه هذا أوجد ملايين الوظائف للبشر، وأصبحت السيارة في متناول الجميع. وكما كان يقول «أريد أن تصبح السيارة كالحصان والبعير والعربات في متناول الجميع، وأي شخص يستطيع شراءها واستعمالها».

جويس هال

ابتكارات من لاشيء

لاشك أن رسائل التهنئة وكلمات الشكر والمعايدة كان يتبادلها البشر لعصور طويلة، ولكن العصر الحديث شهد نقلة نوعية وقفزة ثورية، حيث بدأت هذه الرسائل والكلمات العطرة تأخذ شكل بطاقات المعايدة. وأول من فكر بهذه النقلة شخص اسمه Joyce C. Hall. والذي أسس مؤسسة Hallmark التي تعتبر المؤسسة الرائدة في تصميم وتنفيذ وبيع بطاقات المعايدة في العالم. وهي تحتل ٤٢ في المائة من سوق الولايات المتحدة الأمريكية وتبيع أكثر من ١٠٠ دولة، وتباع البطاقات بأكثر من ٣٠ لغة.

كيف انطلقت هذه المؤسسة، وكيف استطاع جويس هال أن يصل بحلمه إلى هذه الدول ومخاطبة العالم أجمع بكلمات ملؤها المشاعر بأكثر من ٣٠ لغة؟ وكيف استطاع أن يبدأها من الصفر ويحولها إلى شركة تبلغ مبيعاتها السنوية أكثر من ٣ مليارات دولار، ويخلق صناعة جديدة قلدها آلاف البشر. لنقرأ معاً حكاية النجاح.

كان يحمل علبتا حذاء تحتويان على بطاقات بريدية وفي رأسه خطة لبيعها عن طريق البريد

ولد جويس هال في العام ١٨٩٢ في نورفولك، نبراسكا، في الولايات المتحدة الأمريكية، وبدأت قصة هذا الفتى الصغير في ١٩١٠/١/١٠ عندما وصل إلى محطة قطار كنساس سيتي، ولم يكن في جيبه ثمن أجرة العربة التي سيركبها ليتوجه إلى Ymea، لكنه كان يحمل في داخله طموحاً لا يقدر بثمن وأحلاماً هائلة.

في داخل أحد الأكياس التي كان يحملها علبتا حذاء تحتويان على مجموعة من البطاقات البريدية Postcards، وفي رأسه خطة لبيعها عن طريق البريد.

بدأ هال بشكل متواضع جداً، وكان يضع البطاقات تحت سريره ويرسل العروض مع ١٠٠ بطاقة إلى موزعي بطاقات البريد. وعانى الكثير لأن بعض الموزعين كانوا يحتفظون بالبطاقات من دون أن يدفعوا ثمنها، وقسم منهم كان يرسل البطاقات مع رسالة غاضبة، وفيها الكثير من التأنيب. ولحسن الحظ بعث ثلث من أرسل لهم بشيكات وفي غضون شهرين جمع هال، البالغ من العمر ١٨ سنة، مبلغ ٢٠٠ دولار، واستطاع أن يفتح حساباً في البنك وحصل من خلاله على دفتر شيكات.

على الرغم من نجاحه المشجع، كانت لدى هال قناعة

بأن بطاقات البريد التي تحتوي على صور مسألة مرحلية ونزوة وستزول.

انضم أخوه رولي إليه بعد سنة من البداية، وعملا بجهد كبير عن طريق البريد، وأضافا تصاميم جديدة Postcards كما يشتريانها من شركة أخرى. ثم افتتح الأخوان محلاً صغيراً أسمياه Hall Brothers وكانا يبيعان فيه بعض الهدايا القرطاسية والبطاقات البريدية، ولسوء حظهما شب حريق في المحل العام ١٩١٥ فأتى عليه كله. وكانت خسارة فادحة وغير متوقعة لهما.

لم ييأسا، وبخاصة جويس، الذي كان العقل المفكر وصاحب الإرادة الصلبة. تعامل جويس هال مع المصيبة كفرصة للتقدم والتطور، فاستطاع مع أخيه رولي أن يحصلا على قرض ليشتريا مصنعاً صغيراً ليصمما أول مجموعة بطاقات معايدة بمناسبة عيد الميلاد.

عانى الكثير لأن بعض الموزعين كانوا يحتفظون بالبطاقات من دون أن يدفعوا ثمنها

في العام ١٩٢٠، انضم الأخ الثالث وليام إلى أخويه، وكان عمله الأساسي ختم الصفحة الأخيرة من الكارت بـ "A Hallmark Card".

انتشرت الفكرة ولاقت نجاحاً، حيث أنها كانت أول بطاقة معايدة ترسل بمظروف وتحتوي على كلمات جميلة من وحي المناسبة. ولم يمض عامان على العمل الجاد

حتى كان لدى Hall Brother بائعون في ٤٨ ولاية، وكانوا قد أضافوا لفافات الورق مختلفة التصاميم لتغليف الهدايا، وحلت محل أوراق تغليف الهدايا ذات اللون البني والألوان الباهتة والمحدودة. ويبلغ عدد الموظفين ١٢٠ موظفاً في العام ١٩٢٢، بعد سنة انتقل الأخوة بمصنعهم الصغير إلى مبنى من ٦ طوابق. وتم اختيار هذا المكان عن طريق الاقتراع بين الموظفين. وتفوق على العديد من المباني. وكانت هذه السياسة من أنجح السياسات التي اتبعها جويس هال، إذ كان يعامل الموظفين من دون استثناء وكأنهم أصحاب الشركة.

كان جويس العقل المفكر وصاحب الإرادة الصلبة الذي يتعامل مع المصيبة كفرصة للتقدم والتطور

استمر الأخوة هال بالنمو والتوسع. وفي العام ١٩٣٥ جددوا مبنى أكبر عن السابق، وأضافوا الكثير من التحسينات وانتقلوا إليه. وبسبب تنوع بطاقات المعايدة واجه جويس هال مشكلة كيفية عرض البطاقات المتكاثرة يوماً بعد يوم، كذلك أوراق تغليف الهدايا. وكانت هذه المشكلة سبباً في ابتكار جديد غيّر طريقة العرض في العالم. ووفرت منصة عرض البطاقات هذه، إذا صح التعبير، الكثير، لأن كل البطاقات منظمة حسب الموضوع وبألوانها المختلفة الزاهية والتي كانت طريقة مثلى لمعرفة ما هي البطاقات التي تباع

أكثر من غيرها، كذلك تزويد المنصات بالبطاقات الناقصة في الوقت المناسب. حتى أن شراء البطاقات صار متعة بحد ذاته للناس، وذلك لسهولة الانتقاء وبشكل منظم، حيث أن أغلب البطاقات موضوعة على مستوى النظر.

أول إعلان للشركة كان العام ١٩٣٨، وعبر الراديو. وبعد سنة طرحت الشركة بطاقة الصداقة للمعايدة، وأصبحت البطاقة الأكثر مبيعاً نظراً لفكرتها الجديدة. وخلال الحرب العالمية الثانية، استطاع جويس هال إقناع الحكومة الأمريكية بعدم تقليص كمية الورق التي يشتريها، لأن هذه البطاقات ترفع من معنويات الشعب الأمريكي. وتم طرح شعار الشركة العام ١٩٤٤ وهو: When you care enough to send the very best ومعناها: «عندما تهتم كفاية لأن ترسل الأفضل».

ساهمت البطاقات التي وزعها هال برفع معنويات الشعب الاميركي خلال الحرب العالمية الثانية

لم تكن شركة «الأخوة هال» قد فتحت أي محل يخصها حتى العام ١٩٥٠، وكانت تبيع البطاقات إلى المكتبات ومحلات الهدايا. أما أول محل للأخوة هال فكان العام ١٩٥٠، وبعد سنتين تم إنتاج أطول مسلسل تلفزيوني حاز على جوائز عدة، وكان اسمه Hallmark hall of fame.

لاحظ جويس هال أن تزيين الحفلات وأعياد الميلاد يتم

بطريقة محدودة وكلاسيكية، لذلك ابتكر من خلال شركته مجموعة «أدوات زينة للحفلات» لاقت نجاحاً فورياً.

كان العام ١٩٥٤ عام تغيير اسم الشركة من Hall Brothers إلى Hallmarks Cards. ولم يمض عامان آخران حتى كانت الشركة تنتقل إلى مكان ضخم على شكل هرم، وكان مقر الإدارة المركزية لشركة «هالمارك» وبعدها بثلاثة سنوات بدأت بالبيع خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

من أهم نجاحات شركة "هالمارك" كان السياسة التي اتبعها جويس هالمارك في تعيين وتحفيز موظفيه

من أهم نجاحات شركة «هالمارك» كان السياسة التي اتبعها جويس هالمارك في تعيين وتحفيز موظفيه. فقد كان يعتبر أن الاستثمار في الموظفين هو أفضل استثمار، لذلك ابتكر العام ١٩٥٦ برنامج نظام المكافأة، وقد وصفت مجلة Fortune هذا البرنامج بأنه أفضل برنامج يضمن الفائدة المشتركة للطرفين (رب العمل والموظفين على حد سواء). وامتدح البرنامج مرة ثانية عندما تم اختيار شركة هالمارك ممثلة بجويس بين أفضل ١٠ شركات في الكتاب الذي صدر العام ١٩٨٤، وأعيدت طباعته العام ١٩٩٣ تحت عنوان «أفضل ١٠٠ شركة تستطيع الاطمئنان للعمل معها». كما كانت إحدى أفضل الشركات للأم العاملة، وذلك حسب مجلة «الأمهات العاملات» منذ العام ١٩٨٦

حتى الآن.

يملك الموظفون حالياً أكثر من ربع الشركة عبر برنامج تقاسم الأرباح وبرنامج التملك، وكان ذلك من أفضل انجازات «هالمارك». كما أضافت الشركة في إيجاد سبل الاعتناء بأطفال الموظفين المرضى. وكانت سياسة جويس هال مبنية على نظرية تقول «احمل هموم موظفيك، وهم بدورهم سيحملون همومك وهموم الشركة».

تعرضت الشركة لنكسة العام ١٩٨١ عندما انهار ممران في موقعها في كراون سنتر القريب من فندق حياة ريجنسي، ما أدى إلى وفاة ١١٤ وجرح ٢٢٥.

يملك الموظفون حالياً أكثر من ربع الشركة عبر برنامج تقاسم الأرباح وبرنامج التملك

وتضم الشركة حوالي ٧٤٠ كاتباً وشاعراً وفناناً ومبدعاً. وتعد أكثر الشركات احتواء للمصممين المبدعين من جميع الأنواع والمهن. كما تضم مصورين وكتاباً وخطاطين ونحاتين ورسامي كايركاتور ورسوم كارتونية، إضافة إلى الرسامين بالإبرة، وكذلك أضخم الأجهزة التي تصمم أفضل بطاقات معايدة في العالم.

وأغلب بطاقات هالمارك للمعايدة تضم مقاطع وأقوالاً وعبراً شهيرة من أدباء وشعراء خالدين كشكسبير، مارك توين، شارلز ديكنز، غوته، ايليوت وغيرهم.

لقد وصفني الكثيرون بالجنون عندما علموا أنني سأعلن عن بطاقات "هالمارك"

السياسة الثانية التي جعلت «هالمارك» مؤسسة رايدة وناجحة في ١٠٠ دولة هي «اسمع لما يريده الزبون». لذلك فهناك العديد من الابتكارات التي كانت تأتي من الزبائن، لأن الشركة قد أعطتهم الفرصة. وقد طرحت بطاقات Shoebox greeting التي تضم بطاقات معايدة ساخرة ومضحكة في الوقت نفسه. وعلى الأغلب تمت تسمية هذه البطاقات بذلك نسبة إلى علبة الحذاء التي بدأ بها جويس هال العام ١٩١٠. وتضم هذه المجموعة أكثر من ١٦٠٠ بطاقة لجميع المناسبات. وكانت الابتكارات والتصاميم جزءاً لا يتجزء من تطور ونمو «هالمارك». وفي العام ١٩٩٠ تم طرح بطاقات Personalize it.

كان جويس هالمارك شخصاً محبوباً من الجميع وخلال خطاب وجهه عند طرحه لكتابه when you care enough، سئل عن أصعب القرارات التي اتخذها في حياته فأجاب: «كانت حياتي مملوءة بالقرارات الصعبة، وأهمها الانتقال إلى كنساس سيتي العام ١٩١٠، بناء أول مبنى للشركة، تثبيت البطاقات على الجدران، تصميم منصة عرض البطاقات والإعلان في الراديو والصحف. لقد وصفني الكثيرون بالجنون عندما علموا أنني سأعلن

عن بطاقات «هالمارك»، لأن الجميع كانوا يعتقدون بأن الناس لا تبحث عن مصدر البطاقة، ولا يهمها ذلك. إنما يهمها البطاقة فقط. وكنت أنا الوحيد المقتنع بنظريتي. وعلى الرغم من النصح والنقد لم أكترث، وكتبت أول إعلان بنفسي العام ١٩٢٨ في مجلة نسائية، وبعدها قررت أن أكون أحد الراعين لبرنامج على الراديو».

وهكذا حقق جويس هال الكثير من أحلامه. وفي العام ١٩٦٦ أعطى الإدارة التنفيذية لابنه دونالد هال، الذي ورث عن والده شعارات كثيرة منها «الذوق الجميل والجيد تجارة رابحة». وتوفي جويس هال العام ١٩٨٢ وأصبح ابنه دونالد بعد سنة رئيس مجلس إدارة «هالمارك» العالمية.

على الرغم من النصح والنقد لم أكترث، وكتبت أول إعلان بنفسي العام ١٩٢٨ في مجلة نسائية

يبلغ حالياً معدل مبيعات «هالمارك» السنوي ٣,٦ مليار دولار، وتحتل هذه الشركة العملاقة المرتبة الرقم ٣٥ في لائحة مجلة Forbes. ويبلغ معدل عدد موظفي الشركة ٢٠١٠٠ موظف بدوام كامل، ويوجد حوالي ٥٩٠٠ موظف يعملون في المركز الرئيسي في كنساس، ويتعاون الجميع في «هالمارك» على تصميم ١١٠٠٠ تصميم جديد لبطاقات المعايدة، ويعاد تصميم ٨٠٠٠ بطاقة معايدة قديمة في السنة، ولدى الشركة حوالي ٤٠٠٠٠ منتج.

طرحت «هالمارك» حديثاً، المعايدة عبر الـ CD، وهي طريقة مبتكرة لمشاهدة بطاقات المعايدة على الكومبيوتر وسماع الأغاني المختارة خصيصاً للمناسبة. كما دخلت الشركة في مجال إنتاج مسلسلات الأطفال.

كانت هذه حكاية نجاح جويس هال مؤسس هالمارك، والتي حرك من خلالها مشاعر البشر الذين يتأثرون عادة بهذه البطاقات، وجعل للتعبير وسيلة مميزة عن طريق الكلمة الجميلة والبطاقات المبتكرة.

لقد عبّد جويس هال الطريق لآلاف البشر عبر ابتكار صناعة جديدة ومريحة، وقرّب العلاقات بين الناس عن طريق بطاقاته الرائعة.

كونراد هيلتون

لم يجد غرفة فأسس سلسلة فنادق

هيلتون اسم عريق لسلسلة فنادق مرموقة اساس وجودها مصادفة بحتة، ولولاها ربما ما كنا قد سمعنا بهذا الاسم في مجال الفنادق وملحقاته. ويعد هيلتون من اوائل من انطلقوا بقوة في هذا المجال وحققوا نجاحاً عالمياً يحسدون عليه.

الوظائف التي خلقتها هذه المصادفة لآلاف البشر تستحق الاهتمام، فسلسة فنادق هيلتون، ومركزها الرئيسي في بيفرلي هيلز في ولاية كاليفورنيا، تملك حالياً ١٨ فندقاً في الولايات المتحدة الأميركية كما أنها تملك فنادق في استراليا والاورغواي، وتدير مباشرة ٣٤ فندقاً في الولايات المتحدة، واعطت ١٨٠ حق امتياز Franshise في مختلف انحاء العالم.

ولم تكتف هذه السلسلة بادارة الفنادق، انما توسعت نشاطاتها لتشمل قسما خاصا لتزويد الفنادق بكل ما يلزم

حتى عمليات التصميم والهندسة وتأثيث الفنادق كما تملك شركة كومباس لخدمات الكمبيوتر والتي تزود الفنادق ببرامج كمبيوتر متخصصة في ادارة وحجوزات الفنادق وتعتبر الميزانية العمومية لهيلتون من أقوى الميزانيات في مجال الفنادق وتملك ١٠٢٠٠٠ غرفة وجناح.

بدأت هذه السلسة العام ١٩١٩ عندما كان كونراد هيلتون، وهو عضو هيئة تشريع في ولاية كاليفورنيا، يحلم بأن يستثمر في بنك حيث كان هاجسه الرئيسي ان يكون لديه مصرف يكسب من خلاله ثروة. انتقل كونراد هيلتون إلى تكساس حاملاً معه حلمه الكبير العام ١٩١٩. وعندما اراد ان ينزل في فندق لم يجد لنفسه مكاناً يأويه، فقد كانت كل الغرف محجوزة وكانت معاملة الفندق غير لبقة نوعاً ما.

بدأت هذه السلسة العام ١٩١٩ عندما انتقل كونراد هيلتون إلى تكساس حاملاً معه حلمه الكبير

قرر في تلك الليلة ان يدخل في مجال الفنادق فما كان منه إلا أن جمع مبلغ ٥٠٠٠ دولار كان كل ما وفره، واقترض مبلغ ٢٠٠٠٠ دولار من البنك، اضافة إلى مبلغ ١٥٠٠٠ دولار اقترضه من بعض الاصدقاء، واشترى اول فندق له في سيسكو في تكساس.

وهكذا تحول كونراد هيلتون من هاجس الاستثمار في

بنك إلى هاجس ادارة الفنادق الذي برع فيه وعشقه كثيراً، ولم تمض ١٠ سنوات حتى كان قد اشترى ٧ فنادق في تكساس نفسها، هذه الولاية التي رفضت فنادقها ان تستقبله عندما اتى إليها.

يرجع كونراد هيلتون نجاحه في هذا المجال الجديد كلياً عليه الى عوامل ثلاثة: المخاطرة، الابتكار بهدف الريادة والجودة، اضافة إلى الشعور بالتحدي، ويقول انه لو وجد غرفة شاغرة في ذلك اليوم الذي اتى فيه الى تكساس لم يكن ليفكر في شراء فندق، وهذا ما يبعث احياناً إلى الدهشة.

يرجع كونراد هيلتون نجاحه الى عوامل ثلاثة: المخاطرة، الابتكار بهدف الريادة والجودة، اضافة إلى الشعور بالتحدي

هذه العوامل الثلاثة كانت الدافع الى جعل فنادق هيلتون على كل سواحل الولايات المتحدة. فمن تكساس انتقل هيلتون من ولاية إلى ولاية مساوماً ومفاوضاً بارعاً، واشترى من خلال ذلك فنادق درجة أولى في كاليفورنيا، نيويورك، شيكاغو وواشنطن، وبذلك كان اول فندق يتوسع من الساحل.

كان ذلك في العام ١٩٤٣، وفي العام نفسه زعزع كونراد هيلتون قناعة كانت سائدة في تلك الأيام، وهي ان اكثر من فندق واحد في منطقة واحدة للفندق نفسه لا ينفع فغير هيلتون هذه النظرية تماماً عندما ادار فندق بلازا وفندق

روزفلت في نيويورك سيتي، وبعد ٦ سنوات اضاف فندق والدورف - استوريا الى عائلة فنادقه. كما كان قد اشترى العام ١٩٤٥، وعلى الرغم من الحرب العالمية ونتائجها، فندق بالمر هاوس في شيكاغو، اضافة إلى اكبر فندق في ولاية شيكاغو في ذلك الوقت «ذا ستيفنس» (حالياً شيكاغو هيلتون).

كان أول من طرح فكرة اضافة محل لبيع الهدايا في الفنادق

وكان «هيلتون» اول فندق يدخل سوق الاسهم في نيويورك ١٩٤٧/٦/٢٣، كما كان أول فندق ينطلق عالمياً، ففتح اول فندق خارج الولايات المتحدة في العام ١٩٤٩ في سان جان في بورتوريكو وفي السنة نفسها تم اشهار «هيلتون العالمية» وهو أول من طرح فكرة اضافة محل لبيع الهدايا في الفنادق، وكان ذلك نابعاً من حب كونواد هيلتون لاستغلال كل زاوية في الفندق، وذلك في سبيل خدمة الزبائن. كما كان اول فندق اميركي يدخل السوق الأوروبية، ذلك بافتتاح كاستيلنا هيلتون في مدريد - اسبانيا العام ١٩٥٣، وفي اسطنبول بعد عامين. كذلك كان اول من اقترح انشاء فندق في المطارات وذلك في العام ١٩٥٩، عندما تم افتتاح هيلتون مطار سان فرانسيسكو. وقد افتتح هيلتون إلى الآن ٣٧ فندقاً في المطارات وفي مواقع استراتيجية.

مازالت سلسلة فنادق هيلتون في توسع مستمر تحت قيادة بارون هيلتون، ابن المؤسس الرئيسي كونراد هيلتون، والذي توفى العام ١٩٧٩ واورث ابنه القواعد الرئيسية للنجاح كما أن هناك شخصاً آخر اسمه ستيفن بولنباخ ساعد كثيراً في التطور، وورث الاثنان ٧٩ عاماً من التجدد والابتكار والجودة والمخاطرة ووضعوها في تصرف فنادق هيلتون.

هيلتون اسم انتشر مصادفة، لأن كونراد هيلتون لم يجد غرفة له في تكساس، فقرر أن يساعد الملايين في ايجاد غرف في جميع انحاء العالم. وحكاية هيلتون هي أكبر دليل على أن كل شيء يبدأ بفكرة يدعمها بعد ذلك الجهد والتعب والمخاطرة ودفع ثمن النجاح.

نامهياي أوديرا

عقل ثوري في سجل الصناعة والتكنولوجيا

لا شك في أن الحياة العائلية أصبحت أسهل بكثير من السابق مع تطور صناعة الإلكترونيات، وقد أضاف هذا التطور رفاهية وتوفيراً من حيث الوقت أو الحجم أو المساحة، إلى حد أنه لا يخلو بيت في العالم من الإلكترونيات وتوابعها.

من أهم الشركات التي أضافت الكثير إلى هذه الصناعة واغنتها من نواح كثيرة الشركة اليابانية «هيتاشي» والتي تعتبر من أكبر الشركات المصنعة للإلكترونيات في العالم، وأهمها في اليابان.

وقد دخلت إلى سوق الكمبيوتر وتعتبر الرقم ٢ خلف IBM في مجال الـ Main Frames والـ Workstations. كما لها باع طويل في مجال المعدات الطبية والعلمية، وصناعات تتعلق بالمصاعد والسلالم الكهربائية والكابلات ومحطات الطاقة. ويعمل لدى

الشركة أكثر من ٣٣٠٠٠٠ شخص حول العالم، ولديها وكلاء ومكاتب في جميع القارات.

«هيتاشي» كلمة يابانية تعني «الشمس الشارقة» The Rising Sun، نشأت وترعرعت في سوق منافس جداً هو السوق الياباني الذي شهد نمواً سريعاً بسبب هذه المنافسة.

مؤسس الشركة الضخمة «نامهياي أوديرا» العامل المتواضع في مناجم كوهارا، الذي كان يحمل عقلاً ثورياً ويحب وطنه اليابان إلى درجة الجنون، وهدفه في الحياة اثبات ان اليابان ليست في حاجة إلى الأجانب لتطوير التكنولوجيا فيها وهي قادرة على النهوض والصعود من خلال الاتكال على أبنائها.

«هيتاشي» كلمة يابانية تعني «الشمس الشارقة» The Rising Sun

من خلال هذا التفكير وهذه العزيمة بدأ أوديرا العام ١٩١٠ بالمساعدة في تصنيع مولدات كهربائية مع مناجم كوهارا حيث كان يحتوي على قسم لتصليح المعدات والتي كانت بدائية في تلك الأيام.

وعلى مبدأ مصائب قوم عند قوم فوائد كانت الحرب العالمية الأولى عاملاً مهماً في قبول المولدات الكهربائية التي صنعها أوديرا، حيث ان الحرب أوقفت حركة الاستيراد تماماً، ما أجبر محطات الكهرباء على الاستعانة بالصناعة المحلية. وقد كانت هذه البداية

ممتازة لأن الشركات ارتاحت للصناعة المحلية. ومقابل هذا النجاح استقل نايهاي اوديرا بنفسه وأسس شركة هيتاشي عام ١٩٢٠.

كانت هذه الشركة مسرحاً لخيال اوديرا الذي عرف كيف يدرس السوق وحاجاته واحتياجاته

كانت هذه الشركة مسرحاً لخيال اوديرا الذي عرف كيف يدرس السوق وحاجاته واحتياجاته، حتى أنه كان خلال الحروب يدرس كيف يستطيع ان يستفيد وأن يفيد، لذلك دخل مجال الرادارات والملمبات، ولكن كل أحلامه تلاشت بعد الحرب حيث ان القوات التي احتلت اليابان اغلقت ١٩ مصنعاً لهيتاشي، وضع هذا الأمر الشركة في وضع محرج للغاية، لأن اغلاق المصانع التي ازدهرت وتوسعت خلال الحرب، وأضرار الحرب بشكل عام، اضافة إلى مشكلات العمال، أدخلت الشركة في مخاطر الافلاس، ولم ينقذها سوى عقود القوات الأميركية خلال الحرب الكورية.

شهدت فترة الخمسينات اختيار هيتاشي موزعاً أساسياً ووحيداً لـ Nippon Telegraph & Telephone (NTT)، وركز اوديرا على ما بعد الحرب بخاصة الفترة التي كانت اليابان تنهض فيها من كبوتها وخسائرها الجسيمة، وبدأ بتصنيع الأدوات الكهربائية، ومنها الهواتف وأجهزة الإذاعة والاتصال. وفي العام ١٩٥٦ انشأت

هيتاشي شركتين Hitachi Metals & Hitachi Cables واتبعتها العام ١٩٦٣ بـ Hitachi Chemical.

ساعدت NTT شركة هيتاشي كثيراً واستطاعت انتاج أول كمبيوتر لها العام ١٩٦٥، كما انشأت مصانع في جنوب آسيا خلال الستينات. وفي العام ١٩٧٤ طرحت جهاز كمبيوتر متوافقاً مع IBM وباعت أجهزتها في أميركا عن طريق شركة ايتل حتى العام ١٩٧٩، وبعد ذلك عن طريق ناشيونال ادفانس سيستمز.

واجهت هيتاشي هزة أخرى بعد الحرب ولكن هذه المرة عن طريق موظفيها

واجهت هيتاشي هزة أخرى بعد الحرب ولكن هذه المرة عن طريق موظفيها. كان ذلك العام ١٩٨٢ عندما اكتشفت المخابرات الفيدرالية الأميركية FBI تسويق أسرار برنامج IBM في أجهزتها وكسبت IBM قضية مدنية بلغت قيمة تعويضها العام المقدم من ٣٠٠ إلى ٥٠٠ مليون دولار ومبلغاً شهرياً يدفع لمدة ٨ سنوات كتعويض عن البرامج بقيمة تبلغ الثلاثة ملايين شهرياً.

مع بداية الثمانينات تأثرت الصادرات بعد صعود الين، ما أجبر الشركات المصنعة، بما فيها هياتشي، على التركيز على السوق المحلي، الأمر الذي أدى إلى ركود كبير. وتعاقدت الشركة مع Texas instrument وواجهت

مشكلات مع Motorola تم حلها العام ١٩٩٠، وعلى الرغم من مشكلاتها مع IBM بدأت هيتاشي بيع الكمبيوترات المحمولة تحت اسمها في اليابان.

آمنت الشركة كثيراً بالاتحاد مع شركات خارجية لتأمين الحضور العالمي. ومن عقودها الخارجية المهمة تعاملها مع «تاتا» في الهند، التي اعطتها الفرصة للدخول في سوق الهند الكبير.

وواجهت هيتاشي بعض المشكلات مع شرطة طوكيو العام ١٩٩٧ في أمور تتعلق ببعض الفضائح، وتخطتها، لكن أرباحها انخفضت وتأثرت.

بعيداً من كل الهزات التي تعرضت لها منذ تأسيسها استمرت هيتاشي تلعب دوراً مهماً في خارطة الصناعة العالمية، وذلك كله بدأ بدافع وطني غيور على مصلحة أبناء وطنه، فوجد لهم فرص عمل ساعدتهم على الإنتاج والابتكار. ولا شك في أن الثورة الصناعية والاقتصادية تدين بالكثير لهيتاشي ومؤسسها ناميهاي اوديرا.

من محل صغير إلى كل الأفواه

الشوكولاتة

اكتشاف عظيم يسيل له لعاب الملايين على الرغم من المحاذير الصحية الكثيرة التي ترتبط به. ومنذ البداية بالطعم اللذيذ تفنن الكثيرون باختراع خلطات مصنوعة من الكاكاو والشوكولاتة بأشكال ومذاقات مختلفة لأغراء الصغار والكبار معاً.

«كادبوري» اسم عريق في عالم الشوكولاتة والحلويات، والسكاكر رسم خريطة لصنع الشوكولاتة وقلده الكثيرون من دون ان يأخذوا بريقه أو طعمه. الشركة المصنعة لكادبوري اسمها كادبوري شوابس، وهي نتيجة اتحاد شركتين بريطانيتين العام ١٩٦٩. ونجاحها مستمر إلى الآن.

تعتبر الشركة البريطانية كادبوري شوابس الرقم ٣ في العالم في مجال انتاج المرطبات ولديها ١٥ في المئة من حجم السوق العالمي، وهي الثالثة بعد كوكاكولا (٤٤ في المئة) وبيبسي (٣١ في المئة)، وتعد من أوائل الشركات في العالم المصنعة للشوكولاتة و«الكاندي بارز».

منتجات الشركة عديدة وشهيرة منها: Dr. Pepper, Schweppes, A & W, Canada Dry, 7UP, Sun-kist, Oasis (خارج الولايات المتحدة بيبسي كولا هي الشركة المالكة لسفن آب)، والآن الشركة في صدد رفع ميزانية اعلاناتها لتقوية بيع المرطبات.

كما ذكرنا فإن شركة كادبوري شوابس هي اتحاد بين شركتين «كادبوري» و«شوابس». مؤسس شركة شوابس يدعى جاكوب شوابس، وهو بريطاني ولكنه سويسري المولد، بدأ في لندن العام ١٧٨٣ ببيع المياه المعدنية وطور باكتشافاته وطرح شراب ليمون العام ١٨٣٥. كما اضاف المياه الغازية إلى انتاجه.

طموح شوابس دفعه الى التفتيش عن أسواق خارجية لتسويق منتجاته، والتي اضاف اليها المأكولات والشاي والقهوة.

طموح شوابس دفعه الى التفتيش عن أسواق خارجية لتسويق منتجاته والتي اضاف اليها المأكولات والشاي والقهوة

في برمنغهام كان هناك شخص يدعى جون كادبوري افتتح عام ١٨٢٤ محلاً صغيراً في برمنغهام لبيع الشاي والقهوة قرب محل والده، والذي كان يبيع الأجواخ والألبسة.

وكتغيير، اضاف جون كادبوري الكاكاو كمشروب الى جانب القهوة والشاي. وقد نجح بيع الكاكاو كشراب نجاحاً كبيراً الى درجة ان جون بدأ بتصنيع

الكاكاو. ومع نهاية العام ١٨٤١ كان جون كادبوري ينتج ١٥ نوعاً من الشوكولاتة.

طرح جون كادبوري العام ١٩٠٤ «كاندي بارز» واسماها «ديري ميلك» وكانت ناجحة جداً، واصبحت الشوكولاتة الأكثر مبيعاً في بريطانيا.

مع نهاية العام ١٨٤١ كان جون كادبوري ينتج ١٥ نوعاً من الشوكولاتة

العام ١٩١٨ اشترت شركة كادبوري شركة «فراي» لتصنيع الشوكولاتة، واصبحت في موقع ممتاز اهلها للتوسع واجتياح أسواق جديدة بمنتجاتها، فتوسعت بادئ الأمر الى استراليا ثم الى الهند، وجنوب افريقيا وارست قواعدها في هذه الدول بشكل ممتاز.

وصلت الادارة الى دومينيك كادبوري أبا عن جد، وكان حكيماً وواعياً، وأفكاره كانت توسعية واعطت ثمارها للشركة ومستقبلها. ومن النقلات النوعية التي حققتها الشركة شراء شركة «بيتر بول» (موندز والموند جوي) العام ١٩٧٨. وفي المقابل كانت ماركة «شوابس» تتوسع في القارة الأوروبية والقارة الآسيوية.

كان طرح شوكولاتة «ويسبا» العام ١٩٨٢ دفعة كبيرة لشركة كادبوري، ثم كان العام ١٩٨٢ عام دخول كادبوري شوابس الى سوق العصير والتوابل الأميركية عندما اشترت الشركة Duffy - Mott.

توسعت اعمال الشركة العام ١٩٨٤، وبعد سنة تعرضت

لانحدار كبير في السوق البريطانية لتوقف نمو الطلب على الشوكولاتة ودخول شركات اميركية منافسة. كذلك فإن المياه الغازية لشركة «شوابس» خسرت الكثير من نسبتها في السوق، وفشل منتج «ويسبا» في الولايات المتحدة.

واجهت الشركة انهيار سوق الشوكولاتة في بريطانيا ودخول شركات اميركية منافسة

تجاه هذا الوضع المتأزم كان على دومينيك كادبوري ان يتصرف، فطرح فكرة «R» مع اعضاء ادارته وقصد فيها Restructuring، ومعناها اعادة التنظيم. وبالفعل بحث دومينيك عن سبل كثيرة منها شراؤه لشركة كندا دراي، كما اجرى تعديلات مهمة على ادارته لأنه كان يعتبر ان الاشخاص اهم من المنتج، وأن قرارات المديرين وشخصيتهم وعقولهم المبتكرة تلعب دوراً مهماً في النفاذ الى الاسواق ونجاح المنتجات.

ومن القرارات المهمة والصعبة لدومينيك كادبوري اقامة مشروع مشترك بين الشركة وكوكاكولا العام ١٩٨٧، وذلك بانشاء مشروع لتعبئة المرطبات تكلفته مليار دولار. لكن العلاقة بين الشركتين لم تكن سوية فانتهت عام ١٩٩٧ بعد ١٠ سنوات من المد والجزر واشترت شركة كوكاكولا حصة كادبوري البالغة ٥١٪ من اجماليها.

ولمواجهة ٧٠٪ من اجمالي السوق الأميركية من منافسيها شركة Hershey و Mars، وقعت كادبوري

ترخيصاً مع شركة «Hershey's» ابعدها نسبياً عن السوق الأميركية بشكل مباشر. في المقابل اشترت الشركة Orange Crush العام ١٩٨٩.

من خلال تاريخها اشترت كادبوري وتخلت عن الكثير من المشاريع، ولكنها كانت دائماً تسعى إلى تثبيت وجودها وتوسعها، وقراراتها كانت دائماً مخاطرة كبيرة، وفيها احياناً نوع من الغرابة. ولكن شيئاً اكيدا لدى دومينيك كادبوري هو ان دمج شركتين ناجحتين يجعلهما اكثر قوة بدل المنافسة الشرسة بينهما، وكان لديه اعتقاد يقول «في الاتحاد قوة» و«الكل اقوى من الاجزاء المتفرقة».

لم تنجح الشركة في كل قراراتها، ولكن المؤكد ان الشركة استفادت من كل ما حصل وتوسعت وكبرت ومازالت منتجاتها تدخل الأسواق بقوة وينتظرها الناس بلهفة.

ان دمج شركتين ناجحتين يجعلهما اكثر قوة بدل المنافسة الشرسة بينهما

يعمل لدى الشركة حالياً، وحسب آخر احصاء عام ١٩٩٧، ٤٢٩١١ موظفاً، وبلغت مبيعاتها حوالي ٧ ملايين دولار، وأرباحها الصافية حوالي مليوني دولار، وتوزع منتجاتها في حوالي ٢٠٠ دولة ولديها ١٠٠ مصنع حول العالم.

كادبوري حكاية نجاح بدأت من بيع الشاي والقهوة.

انغفار كامبراد

بائع الكبريت والسمك والأقلام

«حياة عصرية عبر أثاث منزلي مميز» هو شعار مؤسسة «ايكيا» التي تعتقد بأنه ليس ضرورياً أن يكون الإنسان غنياً لكي ينعم بأثاث ومفروشات مميزة وبأسعار مقبولة جداً والشركة التي يوجد لديها ٢٠٠٠ موزع في ٦٧ دولة و١٣٦ فرعاً في ٢٨ دولة بدأت برغبة جامحة من قبل بائع كبريت اسمه انغفار كامبراد حول حلمه إلى واقع أثث من خلاله آلاف البيوت في العالم.

ما قصة بائع الكبريت الذي تحول إلى مليونير؟

ولد انغفار كامبراد العام ١٩٢٦ في جنوبي السويد. ونشأ في مزرعة اسمها Elmtaryd وموقعها في قرية Agunnaryd. كان لدى كامبراد رغبة في أن تكون لديه شركة منذ صغيرة، وكان لديه الحس التجاري منذ نعومة أظفاره.

بدأ حياته في بيع الكبريت في منطقته، وكان يقود

عجلته وينتقل في أحياء القرية ليبيع الكبريت بنشاط وحيوية. وبعد فترة بسيطة بدأ يشتري الكبريت بكميات أكبر من استوكهولم بأسعار زهيدة ويبيعها بأسعار مقبولة، وعلى الرغم من ذلك كان يربح مبلغاً لا بأس به.

من بيع الكبريت توسع وبدأ ببيع السمك وزينة أشجار عيد الميلاد وبعدها تخصص في بيع أقلام الحبر الجاف وأقلام الرصاص.

في العام ١٩٤٣ أصبح عمر انغفار كامبراد ١٧ سنة. ومن خلال جمعه لبعض الأموال. وبمساعدة من والده. قرر أن يفتتح مؤسسة صغيرة يكون فيها سيد نفسه ويحقق حلمه، وبذلك استطاع الولد النشيط أن تكون له شركة أسماها "IKEA" ما معنى كلمة "IKEA"؟

اختار كامبراد اسم ايكيا وذلك من خلال اختياره للأحرف الأولى من اسمه واسم قريته على الشكل الآتي: Ingvar- Kamprad - Elmtary - Agunnaryd.

من بيع الكبريت توسع وبدأ ببيع السمك وزينة أشجار عيد الميلاد وبعدها تخصص في بيع الاقلام

لم تكن البداية بالسهولة التي توقعها كامبراد، ولكن بعد سنوات البداية تلقى دعوة من الشركة التي تمده بأقلام الحبر الجاف لزيارة باريس. ومن خلال رحلته الأولى خارج السويد تفتحت عيونه على أشياء جديدة، مشاهد جديدة وفرص لم

يكن يعلم عنها شيئاً. تعلم كامبراد الكثير من خلال زيارته لباريس وكبرت أحلامه بعدما كان متقوقعاً في قريته.

بعدما عاد كامبراد إلى السويد ضاعف من نشاطه وبدأ بالزبائن واحداً واحداً، والإعلان بشكل محدود في صحف السويد المحلية، وتحضير «كاتالوج» للبيع من خلال البريد.

كان كامبراد يوصل بضاعته إلى الزبائن عن طريق Van لبيع الحليب

كان كامبراد يوصل بضاعته إلى الزبائن عن طريق Van لبيع الحليب، والذي كان يستعمله كامبراد، أيضاً في التوصيل إلى محطات القطار.

وشكل العام ١٩٥٠ السنة التي أضاف فيها كامبراد المفروشات والأثاث إلى خطه التجاري، وراح يصنع الأثاث من قبل بعض المصنعين المحليين في الغابات القريبة من منزله. كان الإقبال جيداً على الخط الجديد الذي التزمه، ورأى من خلاله نفسه موزعاً للأثاث والمفروشات على نطاق واسع. ولم تمض فترة طويلة حتى اتخذ قراراً بالتركيز على الأثاث فقط، والتوقف عن بيع أي شيء آخر غير الأثاث ذي السعر المقبول والنوعية الجيدة. وحين اتخذ هذا القرار ولدت شركة «إيكيا» بالشكل الذي تعرفه اليوم.

صدر أول «كاتالوج» لإيكيا العام ١٩٥١. وفي العام ١٩٥٢ طرحت إيكيا مفروشات منخفضة الثمن من خلال

معرض سانت اريك في استوكهولم، وفي العام ١٩٥٣ تم افتتاح أول معرض لايكيا في «المهولت» في السويد، وذلك لجعل النوعية الجيدة للبضاعة في متناول الذين يريدون معرفة البضاعة قبل شرائها.

ومنذ ذلك الحين كانت ايكيا على موعد دائم مع التطور من خلال بصيرة انغفار كامبراد وبعد نظره وحبه الدائم للتطور والتجدد والطموح اللامحدود، وقد ركز على الذوق السويدي، واعتمد في الوصول إلى أكبر عدد من الناس عبر تصميم له نكهة مميزة وطابع خاص به.

وبعدما كان انغفار يعتمد بشكل رئيسي على مصنعي المفروشات في بلدته، بدأت شركة إيكيا بتصميم وتصنيع المفروشات والأثاث بنفسها وبيعها. وكان ذلك في العام ١٩٥٥.

شعار انغفار كامبراد الدائم، والذي لم يتغير حتى اليوم «ايكيا وجدت لتجعل كل يوم أفضل من سابقه ولأكبر عدد من الناس». وفي كل خطوة في تطور إيكيا كان انغفار اكامبراد يلعب دوراً أساسياً ومهماً ليدفع بإيكيا إلى الأمام وبخطوات واثقة.

كان شعاره الدائم: «ايكيا وجدت لتجعل كل يوم أفضل من سابقه ولأكبر عدد من الناس»

كان مغامراً ويحب كل ما هو غريب ومتميز كإقدامه على

استعمال مصنع لأبواب السيارات ليصنع فيه مفروشات وأثاثا، أو أن يجمع الزبون بنفسه المفروشات والأثاث. لذلك كان يبيع كل شيء مفككاً في علب وعلى الزبون أن يقوم بجمع كل القطع مع بعضها بعضاً، وذلك باتباع بعض التعليمات السهلة، وهذه الأفكار، وغيرها الكثير، المميزة والغريبة على الناس هي التي ميزت ايكيا من غيرها.

كالعادة أضافت إيكيا أفكاراً جديدة، ومنها فكرة "اخدم نفسك بنفسك" العام ١٩٦٥

وقد بدأت ايكيا العام ١٩٥٦ ببيع المفروشات غير المجمعة، وكانت تبيعها في صناديق مسطحة. وبعد تزايد البيع بشكل كبير أضيف أول مطعم لمتجر «المهولت» للذين يأتون من مناطق بعيدة لزيارة ايكيا.

وفي العام ١٩٦٣ كانت ايكيا على موعد مع افتتاح ثاني متجر لها في أوسلو في النرويج. وبعد سنة حققت نقلة نوعية ومكافأة ممتازة، وكان ذلك عندما أجرت مجلة «ألت أي هيميت» ومعناها بالسويدي «كل شيء لمنزلك»، اختبارات للجودة والنوعية وحصلت الشركة على أعلى نسبة للجودة والنوعية الممتازة وأرخص الأسعار في الوقت نفسه.

وكالعادة أضافت إيكيا أفكاراً جديدة، ومنها فكرة «اخدم نفسك بنفسك» العام ١٩٦٥، لتقليل فترة الانتظار

وزيادة السرعة في الأداء. ثم تم افتتاح أول متجر في الدانمارك العام ١٩٦٩.

وفي أول خطوة لأول متجر لإيكيا خارج الدول الاسكندنافية، افتتح انغفار كامبراد أول متجر لإيكيا في سبرايتنباخ، سويسرا، وبعدها كرت السبحة، وكانت سياسة انغفار كامبراد هي فتح متجر عالمي كل سنة تقريباً. وهكذا كان، ففي العام ١٩٧٤ تم افتتاح أول متجر لإيكيا في ميونيخ في ألمانيا وبعد سنة أول متجر لإيكيا في استراليا، وفي العام ١٩٧٦ في كندا، و١٩٧٧ في النمسا، و١٩٧٨ في سنغافورة، و١٩٧٩ في هولندا، و١٩٨٠ في جزر الكناري، و١٩٨١ في فرنسا وايسلندا، و١٩٨٣ في المملكة العربية السعودية و١٩٨٤ في بلجيكا والكويت. وفي العام ١٩٨٥ كان أول متجر في الولايات المتحدة الأمريكية تبعه العام ١٩٨٧ في بريطانيا وهونغ كونغ، والعام ١٩٨٩ في إيطاليا. والعام ١٩٩٠ في المجر وفي بولندا.

واجهت شركة "إيكيا" تحديات كثيرة، بخاصة أن الشركة كانت تتوسع بمعدل متجر ضخم كل سنة

يشار هنا إلى أن شركة «إيكيا» واجهت تحديات كثيرة، بخاصة أن الشركة كانت تتوسع بمعدل متجر ضخم كل سنة. ودارت التساؤلات «هل ستنجح الشركة في التوسع والمحافظة على الجودة والأسعار،

بخاصة أن أسواق الولايات المتحدة، بريطانيا، إيطاليا، وأوروبا الشرقية تختلف عن الأسواق في البلاد الاسكندنافية وراهن الكثيرون على تقاعد انغفار كامبراد وتغير الاستراتيجية التي وضعها، وأثبت وجوده أكثر فأكثر، ونافس الكبار في كل الدول، وتطورت الشركة بشكل ملموس بسبب عزيمته وإيمانه بقناعاته وأفكاره المميزة والتي تعتمد على السهل الممتنع.

في العام ١٩٩١ تم افتتاح أول فرع لإيكيا في دولة الإمارات العربية المتحدة وجمهورية التشيك

في العام ١٩٩١ تم افتتاح أول فرع لإيكيا في دولة الإمارات العربية المتحدة وجمهورية التشيك، وبعد سنة افتتاح متجرين في مالوركا وسلوفاكيا. وفي العام ١٩٩٤ تم افتتاح أول متجر في تايوان. وفي العام ١٩٩٦ فتحت إيكيا ٣ متاجر دفعة واحدة في فنلندا، ماليزيا، وإسبانيا.

وتعتبر شركة انتر ايكيا القابضة هي المالكة لحقوق توزيع امتياز شركات ايكيا، والتي تدار بشكل مستقل كل على حدة. ويعمل لديها، وحسب آخر إحصاء للشركة العام ١٩٩٦، ٣٣٤٠٠ شخص في متاجرها حول العالم.

من أهم العوامل والظروف التي ساعدت في صقل شخصية انغفار كامبراد نشأته في غابات سمالاند في جنوبي السويد، ما أكسبه وعياً وإدراكاً ممزوجاً بالطبيعة

وألوانها وجمالها وتميزها، وهذا ما انعكس بشكل كبير على بناء صورة شركته «ايكيا».

ويعد انغفار كامبراد إنساناً نشيطاً يعمل بجهد متميز، وكان مقتصداً ومتعاوناً إلى أبعد الحدود، ودائم البحث عن حلول أفضل في عالم المفروشات والأثاث. وحتى يومنا هذا مازال انغفار كامبراد يلعب دوراً مهماً وفعالاً كرئيس لمجلس إدارة إيكيا؛ فهو يتنقل من قاعات الاجتماعات إلى المصانع ليتابع عن كثب طريقة وجودة تصميم وتصنيع البضاعة، إلى زيارة المتاجر والتواصل مع الزبائن بشكل دائم في جميع أنحاء العالم.

وهكذا، ترى أن بداية الإنسان ليست مهمة، إنما ما الذي يفعله بعد ذلك هو ما يحدث الفرق. ولولا طريقة تفكير انغفار كامبراد وعزيمته وجهده المتواصل لما تحقق إنجازه على الرغم من بداياته المتواضعة جداً.

انغفار كامبراد قهر الظروف وسار في المقدمة ليجعل مؤسسته من أكبر مؤسسات تصميم وتصنيع وبيع الأثاث في العالم.

شونغ جو - يونغ مؤسس «هايونداي»

عامل فقير أضاء شعلة النهضة الكورية

على الرغم من أن غالبية الناس يعتقدون بأن نشاط شركة «هايونداي» هو تصنيع السيارات، إلا أن «هايونداي» هي كناية عن مجموعة شركات تعتبر أكبر مجموعة في كوريا، ولديها ٤٣ نشاطاً مختلفاً ومتنوعاً، وتعمل جميعها تحت هذا الاسم الكبير.

ويقدر حجم المبيعات السنوي للمجموعة بـ ٥٠ مليار دولار أميركي. ومن أهم نشاطاتها: صناعة السيارات، تصنيع السفن والبواخر، بناء المصانع، الهندسة والاعمار، الإلكترونيات والكهربائيات، المواد البتروكيميائية ومصافي البترول، إضافة إلى نشاطات مختلفة في القطاع التجاري والبحري والخدمات.

هل تعتقد، عزيزي القارئ، بأن هذه النشاطات بدأت بتخطيط منظم ودقيق لعدد من الأدمغة المفكرة والرساميل الضخمة؟

في الحقيقة كل ما تكلمنا عنه بدأه شخص فقير معدم كان يقتات من أجره اليومي كعامل بناء. انه شونغ جو - يونغ، الذي دفع بطموحه وجهده، ومن خلال أعماله، كوريا الجنوبية إلى الواجهة، وكان أول من أسهم في نهضتها الاقتصادية والتجارية.

ولد شونغ جو - يونغ العام ١٩١٥ من عائلة فقيرة جداً. كان أبوه مزارعاً في قرية نائية في كوريا الجنوبية. ترك قريته خالي الوفاض، ومن دون مال، وتوجه حاملاً أحلامه وأمنياته إلى سيؤول باحثاً عن مهنة يعيش منها. وكانت البداية عامل بناء في الورش والمواقع يحمل فيها الحجارة وينقل الطين تحت أشعة الشمس مرة وتحت الأمطار مرة.

ولد شونغ جو - يونغ العام ١٩١٥ من عائلة فقيرة جداً. كان أبوه مزارعاً في قرية نائية في كوريا الجنوبية

عانى شونغ جو - يونغ كثيراً، وكانت لقمة عيشه ممزوجة مع عرق جبينه، وأعطته هذه البداية دافعاً ليقوي قدراته الشخصية ويكتسب صبراً وعزيمة على تحسين وضعه المهني والاجتماعي.

كان شخصاً ايجابياً إلى أبعد الحدود ونشيطاً، ويأخذ الأمور بمسؤولية وجدية كبيرتين.

وفر شونغ جو - يونغ مبلغاً من المال من خلال عمله الشاق، وهو لم يبلغ الثامنة عشرة من عمره بعد.

بدأت الحرب العالمية الثانية ولم يعد لعمال البناء عمل في

ظل حرب مدمرة وشرسة. لم ييأس شونغ جو - يونغ، وعمل في ورش لتصليح السيارات والشاحنات العسكرية، وتعلم هذه الصنعة، واستمر فيها إلى ما بعد الحرب العالمية الثانية.

من ميزات شونغ جو - يونغ أنه كان شخصاً مقداماً ومخاطراً من الدرجة الأولى

بعد حوالي ٥ سنوات من انتهاء الحرب، افتتح شونغ جو - يونغ ورشة لتصليح السيارات، وكان ذلك العام ١٩٤٦، وكان عمره حينها ٣٢ عاماً، وبعدها بسنة، وبسبب طموحه اللامحدود، أسس شركة للهندسة والمقاولات أسماها «هايونداي»، وهي كلمة كورية تعني «الوقت الحاضر».

حققت الشركة نجاحاً كبيراً، بخاصة أنها كانت أول شركة كورية تربح عقوداً خارجية لبناء مشروعات خارج كوريا الجنوبية، ما أعطاها مكانة خاصة بين الشركات الأخرى، وأرسى قواعدها وبنيتها الاساسية. كما أسهمت الشركة في شكل أساسي في عملية البناء والاعمار بعد الحرب بين الكوريتين، والتي لم يفقد شونغ جو - يونغ خلالها الثقة في أن الأمور ستتحسن وتتطور، وأن الوضع القائم هو وضع مرحلي وسيزول حتماً.

من ميزات شونغ جو - يونغ أنه كان شخصاً مقداماً ومخاطراً من الدرجة الأولى. لذا بلغ حبه للمغامرة درجة

المقامرة، وكان سبباً أساسياً للنظر إلى خارج حدود كوريا، والتوجه إلى بلاد لا يعرفها ليسوق أفكاره وخدماته.

كان دائم البحث عن الغريب والمميز. لذا ذهب بمشاريعه إلى مناطق محفوفة بالخطر، وفي ظروف طبيعية صعبة للغاية كغابات جنوب شرقي آسيا وإلى مناطق الاسكا. وعلى الرغم من مخاطرته ونظرته الدائمة إلى ما وراء الأفق وزرع مشاريعه فيها، إلا أنه لم ينس بلاده كوريا. ويدين له الكوريون بالكثير، حيث كان له دور مهم في بناء البنية التحتية لكوريا من جسور وطرقات ومصانع للطاقة النووية، وغيرها من المرافق الحياتية الأساسية الهامة.

بعد نجاح توسعات شركته، افتتح شونغ جو - يونغ مصنع «هايونداي» للسيارات العام ١٩٦٧، وكان نشاطه في البداية تجميع سيارات «فورد» في كوريا.

كان دائم البحث عن الغريب والمميز. لذا ذهب بمشاريعه إلى مناطق محفوفة بالخطر

شكلت بداية السبعينات نقلة نوعية لشركات «هايونداي»، حيث استطاعت شركة «هايونداي» للمقاولات ومشروعات البناء أن تفوز بعقد قيمته مليار دولار لبناء ميناء في منطقة جبيل في المملكة العربية السعودية.

استعملت الشركة قطعاً ومعدات كورية بغرض التوفير،

كما أنها لم تدفع رسوم تأمين على ما يتم شحنه ونقله من كوريا، ما كان سيعرض الشركة لخسائر فادحة فيما لو تضررت المواد الأولية للبناء، وهذا ما يظهر نسبة مخاطرة شونغ جو - يونغ وحبه للمغامرة.

وأثبت شونغ جو - يونغ أنه على صواب من خلال هذه المخاطرة. ولعبت «هايونداي» دوراً بارزاً في عملية البناء في الشرق الأوسط.

اكتسبت شركات «هايونداي» ثقة دولية، وحظي شونغ جو - يونغ باحترام الجميع، وأثمر ذلك عن دعم الحكومة الكورية لشركاته، ما ضاعف من مشاريعها ومن توسعها.

ظهرت أول سيارة كورية عام ١٩٧٥ وكانت من صنع "هايونداي" وأسمها Pony

تابع شونغ جو - يونغ مغامراته التجارية والتصنيعية فبدأ العام ١٩٧٣ بتأسيس أكبر مصانع لبناء السفن وترميمها، على الرغم من أنه لم يكن لديه أدنى خبرة أو معرفة في بناء السفن. وقد نجح بسبب دعم الحكومة واليد العاملة الهائلة التي عملت من خلال مشاريعه، وأيضاً بسبب الطريقة الغريبة التي يفكر بها. وفي العام ١٩٧٤ طرحت شركة «هايونداي» لبناء السفن وكان اسمها Hyundai Heavy Industries أول مركب لها تحت اسم Atlantic Baron.

ظهرت أول سيارة كورية عام ١٩٧٥ وكانت من صنع

«هايونداي»، وأسمها Pony، وما لبثت ان توسعت أعمال الشركة، وخاصة على مستوى العمالة الكورية.

أسس شونغ جو - يونغ بعد هذا التوسع، شركة «هايونداي» للإلكترونيات العام ١٩٨٣، وكان نشاطها الأساسي تصنيع الكمبيوتر الشخصي وتطويره. ومرة أخرى، نراه يدخل مجالاً جديداً لا يعرف عنه شيئاً وينجح فيه.

كان يؤمن بأن كل ما يستطيع الإنسان تخيله أو تصوره يستطيع ان يحققه

كانت فلسفة شونغ جو - يونغ نابعة عن قناعات راسخة، وهي أن الإنسان يجب أن يسعى دائماً إلى تطوير حياته، وأحلى شعور هو أيجاد وظائف ومهن وعمل لآلاف الأشخاص يعيشون منها ويسهمون في نهضة بلادهم.

كان تركيزه الدائم على الأبحاث والتطوير، وكان يؤمن بأن كل ما يستطيع الإنسان تخيله أو تصوره يستطيع ان يحققه. وأن تأخر هذا الأمر فهذا لا يعني أن يستسلم الإنسان لذلك ويندب حظه.

يعتبر شونغ جو - يونغ رجلاً اجتماعياً من الدرجة الأولى، حيث يلعب أدواراً في جمعيات ولجان شعبية ورياضية، وأسهم في تطويرها. كما أسهم بشكل فعال في نجاح أولمبياد سيؤول العام ١٩٨٨، وكان ضمن اللجنة

المنظمة للأولمبياد.

كان أول كوري جنوبي مدني يقيم علاقات مع دول شيوعية منها موسكو، ولعب دوراً مهماً في بناء علاقات اقتصادية وتجارية بين كوريا وهذه الدول.

دفعه طموحه إلى ترشيح نفسه لرئاسة كوريا العام ١٩٩٣، بعدما اسس حزباً سياسياً العام ١٩٩٢. وعلى الرغم من فشله في الوصول إلى كرسي الرئاسة، إلا أن ترشيحه أسهم في طرح عدد من المشكلات الاقتصادية والتنموية.

مازال شونغ جو - يونغ حياً، ويقوم بعمله بنشاط وحيوية، على الرغم من تخطيه الثمانين، ويلعب رياضات مختلفة مثل الغولف والسباحة وكرة المضرب.

شونغ جو - يونغ اسم لامع عالمياً لم تمنعه بداياته المتواضعة والمعدمة من أن يحلم ويصبح مثالاً يحتذى به، وبطلاً قومياً كورياً أسهم بشكل كبير في نهضة بلاده ورفع من شأنها.

كن قائداً.. أو ابتعد عن الطريق

لغز اسمه تيد تيرنر

يعتبر تيد تيرنر، مؤسس شركة (CNN) من أكثر الاشخاص مخاطرة وحباً للخوض في المجهول سعياً وراء اثبات صحة ما يفكر ويحلم به.

ولاعطاء القارئ فكرة بسيطة عن مدى حبه للمغامرة والمخاطرة، فقد غامر تيرنر العام ١٩٧٠ بوكالة إعلان كان يملكها والده ليخسر الكثير من وراء فتحه مؤسسة تلفزيونية تدعى WTBS حولها إلى محطة «سوبر ستايشن»، ثم عاد وخاطر مرة ثانية ليشتري Atlanta Braves & Atlanta Hawks، ثم خاطر بمئة مليون دولار لينشئ محطة (CNN)، ثم بكل ما يملك ليمتلك شركة CBS وخسرها فعلاً خلال سعيه لامتلاك MGM.

كانت افعال تيد جنونية حسب رأي موظفيه، عائلته والإعلام، أما بالنسبة إليه فكان ما يفعله أمراً طبيعياً جداً، وكان يردد دائماً «عدم عمل شيء هو قمة المخاطرة».

ويقول عن ذلك «يجب أن تجرب دائماً وتخاطر وتغامر،

لأنه ليس لديك سوى سنوات محدودة لتحقيق احلامك».

تأثر تيد تيرنر بهيلين كيلر التي قالت: «اما الحياة مغامرة يومية أو لا شيء». وكان يعتبر ان الخوف من المخاطرة هو ما يجب أن يخافه كل إنسان. كما تأثر بقول جورج جيلدر: «ان المستثمر الذي لا يتخذ قراراً إلا عندما يتأكد من أن الاحصاءات ستتطابق مع وجهة نظره، والمستثمر الذي ينتظر الموافقة من السوق يحكم على نفسه بالفشل».

كان يعتبر ان الخوف من المخاطرة هو ما يجب أن يخافه كل إنسان

لم يكن تيد تيرنر مخاطرا في العمل فقط انما في حياته بشكل عام فقد خاطر بحياته وبحياة من معه خلال سباق للقوارب هبت خلاله رياح شديدة ادت الى فقدان اغلب القوارب المشاركة. رفض الرضوخ تابع يتحدى الرياح العاتية والتي قتلت ١٥ مشاركاً وفاز بالسباق كان شعار تيد تيرنر «كن قائداً واستمر أو أبتعد عن الطريق».

«Lead, Follow Or Get Out of the Way» وقد جعله هذا الشعار من أشهر الشخصيات في العالم.

ولد تيد تيرنر في سنسيناتي أوهايو في الولايات المتحدة الأميركية في ١٩٣٨/١١/١٩. ترك المدرسة الداخلية في سنسيناتي عندما كان في السادسة، وذلك لاضطرار أهله لترك المدينة بسبب مهمة حربية لوالده. تركه للمدرسة أثر

فيه كثيراً، وولد لديه شعوراً بعدم الأمان والرفض. كان والده قاسياً جداً في تعامله معه، وكان يضربه كثيراً في صغره، حتى أنه في احدى المرات ضرب تيد والده كرد على الضرب المبرح الذي كان يناله منه. ولكنه ندم بعدما فعل ذلك وبكى بمرارة.

كانت علاقة تيد بوالده علاقة ممزوجة بالكراهية والحب، وكان لهذه العلاقة تأثير كبير في تكوين شخصية تيد تيرنر.

انتقلت العائلة إلى سافانا في ولاية جورجيا عندما كان عمر تيد ٩ سنوات. وقد قضى فترة صباه يدرس في كليتين حربيتين، ويحاول دائماً التأقلم مع مجتمع عدواني، حيث انه كان منبوذاً وغير محبوب من الأولاد حوله والأصدقاء، والذين كانوا ينعتونه بأبشع الصفات والألقاب.

درس الثانوية العامة في أكاديمية ماكالي الحربية. كان فاشلاً في الرياضة ولكنه كان قارئاً نهماً ويقرأ الحضارة اليونانية. وكان معجباً بشخصية الأسكندر الكبير وتأثر بها كثيراً.

كان فاشلاً في الرياضة ولكنه كان قارئاً نهماً ويقرأ الحضارة اليونانية

كان والده يحبه، ولكنه على قناعة بأن شعور تيد بعدم الإمان سيكون دافعاً رئيسياً في تطور شخصيته. وكان يعتبر أن عدم الامان يدفع الإنسان ليكون عظيماً وسيكون مجبراً على المنافسة التي تؤدي به إلى البروز. وقد

اثبتت الأيام ان والد تيد على حق، حتى أن تيد تيرنر نفسه كان قد صرح لديفيد فروست في اكتوبر ١٩٩١، قائلاً: «من الصعب ان تجد إنساناً ناجحاً لم يكن جزء من دافعه للنجاح نابعاً من شعور بعدم الامان».

احب تيد سباق القوارب الشراعية وذاع صيته واشتهر بشجاعته ومخاطرته في هذه اللعبة. كان يحب ان يستعرض بمركبه الشراعي، ويقوم بحركات خطرة اعطته لقب «تيد البهلواني».

ترك العلوم الإنسانية، ليدرس الاقتصاد بعدما كتب إليه والده قائلاً: "انك تتحول إلى مغفل بسرعة مدهشة"

حبه للقوارب الشراعية دفعه الى اختيار انابوليس لاكمال دراسته الجامعية، لكن والده عارض الفكرة لأنه يريده ان يدخل جامعة ايفي ليغ، فقرر تيد دخول جامعة هارفرد ولكنهم رفضوه، فدخل جامعة براون، وأصبح بعدها «البلاي بويو رقم ١» ليتقم بذلك من الرفض الذي يلقاه منذ طفولته، تخصص تيد في العلوم الإنسانية، وغير بعدها اختصاصه ليدرس الاقتصاد بعدما كتب إليه والده قائلاً: «انك تتحول إلى مغفل بسرعة مدهشة» وشكل تيرنر مع بيتر دامس في الجامعة ثنائياً فاسقاً يشار إليه بالبنان، فكان شغفهما بالجنس اللطيف غريباً. ولولا حبه للقوارب الشراعية لكان يقضي كل وقته في إقامة الحفلات. وقد تم توقيفه عن

الدراسة لفترة لتخطيه حدود الآداب التي يجب ان يتحلى بها الطلاب. ولأنه لم يرتدع تم فصله نهائياً من الجامعة، وكان يوصف بأنه ولد مجنون.

عمل تيد تيرنر كبائع اعلانات في وكالة الإعلان التي كان يملكها والده الذي انتحر

عمل تيد تيرنر كبائع اعلانات في وكالة الإعلان التي كان يملكها والده الذي انتحر وكان عمر تيد آنذاك ٢٤ سنة. وقد أوصى والده قبل انتحاره بأن يرث تيد وكالة الإعلان، لكن في الأيام التي تلت تبين أن والده قد باع الوكالة إلى أحد منافسيه.

جن جنون تيد وبذل أقصى جهده لكي يوقف الصفقة من دون جدوى. كانت الوكالة هي الرابط الوحيد الذي يربطه بوالده. وقد سافر إلى بالم سبرينغ ليطارد رجل الاعمال الذي لم يعر أي اهتمام لتيد، لأنه كان يعتبره ولدا عديم الخبرة، وكل ما يحاوله هو ان يقبض ثمناً اكبر من الذي اشتراه من والده حتى يتسنى له ممارسة هوايته في القوارب الشراعية وملاحقة الفتيات، ولم يشكل تيد أي خطر على المشتري. لأن الجميع كانوا يعتبرونه شخصاً ساذجاً.

لاشك في ان تيد كان مبتدئاً في أمور العمل ومتاهاته، ولا يعرف الكثير عنه أنه يعتمد على حدسه وغريزته في اتخاذ القرارات، وكان تعامله مع العمل كتعامله مع سباق

القوارب الشراعية أو كخوض حرب.

تأثر كثيراً بما قرأه في طفولته ومنها «التجارة والعمل حرب». لذا، استعمل مناورة ساعدته كثيراً، وهي أنه خلال ٢٤ ساعة من آخر رفض لطلبه بوقف صفقة بيع وكالة والده اتفق مع موظفي قسم تأجير مساحات الإعلانات على تحويل جميع العقود (العصب الرئيسي للوكالة) إلى اسم شركة جديدة، ما سحب البساط من تحت الشركة المنافسة في مينيابوليس، التي ضاقت ذرعاً بتصرفات الصبي الأرعن الذي اعطاهم مهلة أسبوعين لالغاء الصفقة.

كانت الشركة تعلم ان تيد مفلس، وليس معه مال، فاجتمعوا معه وعرضوا عليه مبلغا مقداره ٢٠٠ الف دولار.

كانت الشركة تعلم ان تيد مفلس، وليس معه مال، فاجتمعوا معه وعرضوا عليه مبلغا مقداره ٢٠٠ الف دولار

إما ان يدفع أو ان يترك الشركة. وإذا لم يوافق على هذا العرض، فأنهم سيستعملون كل الوسائل القانونية لكسب القضية. كما انهم أرادوا ان يعطوه درساً لطيشه وتهوره، فأعطوه مهلة ٣٠ ثانية لاتخاذ القرار.

اعتقدت الشركة المنافسة بأن تيد سيأخذ المبلغ ويذهب إلى سباق القوارب، ولكن صعقهم عندما قال لهم: «انا لا احتاج إلى ٣٠ ثانية، سأدفع لكم

٢٠٠٠٠٠ دولاراً واخرجوا من مكتبي».

لم يكن احد يتوقع هذا القرار، حتى تيد نفسه الذي سأل بعدها مديره المالي: «من أين لنا هذا المبلغ الضخم؟ ولحسن حظ تيد ان الشركة المنافسة وافقت على اخذ المبلغ على شكل اسهم للشركة بدل المال، وكسب تيد الرهان».

كان مؤمناً بنفسه، وواثقاً إلى درجة مدهشة جعلته محارباً في العمل من الدرجة الأولى

كانت هذه اللحظات نقطة تحول في حياة تيد فهذه المخاطرة علمته ألا يهاب شيئاً، وأثرت الطريقة التي اتخذ بها قراراته في كل مراحل حياته. لقد اعطته هذه التجربة دفعة معنوية مفعمة بالثقة في النفس ودفعته إلى اتمام صفقات اعتبرها الجميع جنوناً واضحاً. كان مؤمناً بنفسه، وواثقاً إلى درجة مدهشة جعلته محارباً في العمل من الدرجة الأولى، بخاصة عندما حاربته المؤسسات التالية خلال شقه لطريق النجاح والتقدم: RCA, NBC, CBS, Time, Westinghouse, Federal Communications Comission, Cable Operators.

يعتقد الناس بأن تيد تيرنر كا مولعاً بالتلفزيون ولذلك انخرط في هذا المجال، لكن العكس هو الصحيح. فالغريب أن تيد لم يحب التلفزيون ابداً، وهو لم يحضر ١٠٠ ساعة تلفزيون قبل أن يفتتح محطة السوبر ستايشن

والتي كانت تعرف من قبل بـ UHF, WTSB. وقبل ان يفتتح CNN نعته الجميع بالحماقة والجنون، لأن المحطات الباقية كانت أكبر منه ١٠٠ مرة، وهو يخاطر ويقامر بمبالغ خيالية ليطرح فكرة محطة تبث ٢٤ ساعة اخباراً.

والمضحك أنه في لحظة تأمل قبل افتتاح CNN قال تيد لأحد مساعديه: «هل أنا مجنون فعلاً، لماذا افعل هذا؟ كيف اقوم بعمل كهذا والتزم بمئة مليون دولار؟ هل فقدت عقلي؟

لكنه قرر المضي قدما في قراره، وغير بذلك النظرة الى التلفزيون على الرغم من الصعوبات الجمة التي واجهها في البداية، حيث حاربه الكثيرون، وحكم عليه الكثيرون بالفشل، ولم يستطع جذب المعلنين في البداية.

يعتقد الناس بأن تيد تيرنر كا مولعاً بالتلفزيون ولذلك انخرط في هذا المجال، لكن العكس هو الصحيح

كان كريستوفر بورنز من «الواشنطن بوست» من أشد منتقديه، وكان يردد دائماً ان هذا المشروع فاشل. ويقول عن ذلك: «السبب الرئيسي الذي جعل تيد تيرنر يمضي قدماً في مشروعه هو أنه لا يفهم المشكلات التي ستواجهه. انه، ببساطة، لا يركز ولا يعلم الحجم الحقيقي لما يفعله، ولو فكر للحظة لخاف وتراجع، بخاصة أنه لا يفهم شيئاً في مجال الاخبار والتلفزيون».

أثار هذا التعليق سخط تيرنر، ما دفعه إلى ارسال غراب ميت وشوكة الى برنز بمناسبة افتتاح سي ان ان. وقبل ولادة CNN كان طرح RCA للقمر الصناعي SATCOMI العام ١٩٧٥ الفرصة الذهبية لتيد تيرنر وأسهم ذلك في نجاحات تيد تيرنر، والذي ضرب بعرض الحائط كل مفاهيم البث، وبدأ ببث برامج مجانية على شبكة الكابل، ما أثار غضب الشبكات المنافسة واعتبروه خطراً عليهم، لكن الاقبال على مشاهدة برامج السوبر ستايشن كان ممتازاً، لأنه قدم خدمة ترفيهية مجانية.

كان بورنز من "الواشنطن بوست" من أشد منتقديه، وكان يردد دائماً ان هذا المشروع فاشل

فاز تيد تيرنر أخيراً في ٣ مارس ١٩٨٠ بحق ربط CNN بالقمر الصناعي ساتكوم ١. ويقال إن معركته لكسب هذا الرهان تصلح لأن تكون سيناريو لفيلم في هوليوود، لأنه استعمل كل الاساليب من تهديد إلى تملق إلى الرجاء. كانت فرصته الوحيدة وكسبه للقضية التي كانت بينه وبين FCC للبث على الهواء انقاذاً له، ولولاها كان تيد تيرنر أعلن افلاسه. وتمت اذاعة أول برنامج لـ CNN في ١/٦/١٩٨٠.

كان مشروع سي ان ان مخاطرة عظيمة، فكل الارقام كانت تشير إلى الفشل. وحسب الأرقام، فإن CNN لن

تستطيع ان تغطي ٦٠ في المئة من المصاريف. وحتى هذا الرقم كان مبنياً على اشتراك ٨ ملايين مشترك، والذي لم يكن مضموناً في ذلك الوقت.

فاز تيد تيرنر أخيراً في ٢ مارس ١٩٨٠ بحق ربط CNN بالقمر الصناعي ساتكوم ١

وبناء على تجربة السوبر ستايشن، فبالتأكيد ستخسر الشركة ما يقارب مليون دولار شهرياً، صرف تيد تيرنر ٣٥ مليون دولار تقريباً، وكان وعلى وشك الافلاس عندما باع شارلوت ستايشن قبل افتتاح سي ان ان، ودفع ٧ ملايين دولار على الموظفين، وكانت الشركة تخسر مليوني دولار كل شهر، ما دفع الجميع الى نعي تيد ترينر مادياً في العامين ١٩٨٠ و١٩٨١.

تحسن الوضع بعد ذلك، وفي العام ١٩٨٦ اشترى شركة ام. جي. ام مقابل ٤,١ ملايين ليحصل على مكتبة الأفلام النادرة التي تحتويها الشركة.

وصف بالمجنون مرة ثانية، وكان هذا الوصف صحيحاً هذه المرة، لأنه اصاب تيد تيرنر بالافلاس، نظراً الى الديون الضخمة المتراكمة، وتمت كفالته بمبلغ ٥٦٨ مليون دولار تم جمعها مقابل حصته من شركة TURNER-BROADCATING STATION التي انخفضت من ٨٣ في المئة الى ٤٣ في المئة، وعاد تيد تيرنر إلى الوقوف على

رجليه من جديد، وكانت الخبطة الرئيسية لـ CNN هي انها كانت المحطة الأولى التي بثت وقائع اغتيال البابا بولس الثاني من روما، وفي العام ١٩٨٢ وضعت مجلة «تايم» صورة تيد تيرنر على غلافها، ووصفت CNN بأنها من الأربعة الكبار إلى جانب CBS, NBC, ABC ووصلت CNN إلى أفضل حالاتها خلال حرب «عاصفة الصحراء» العام ١٩٩١، حيث كان الرئيسان جورج بوش وصدام حسين يتابعانها لحظة بلحظة، ولا يشاهدان غيرها مع الملايين من البشر، وحقق بذلك تيد تيرنر حلمه في التواصل مع ملايين البشر بعد ١٠ سنوات من انشاء المحطة.

"انت لا تحتاج إلى دراسة إذا كنت مؤمناً بفكرتك وواثقاً من نجاحها

وسئل تيد تيرنر مرة كيف استطاع ان ينشئ CNN، على الرغم من ان الجميع توقع فشله، بخاصة انه لم تكن لديه اية خطة، ولم يتبع أية دراسة للسوق أو دراسة للمستهلك، فأجاب: «انت لا تحتاج إلى دراسة إذا كنت مؤمناً بفكرتك وواثقاً من نجاحها، لم أتبع أي دراسة خلا انشائي سي. إن. إن لأن هذه الدراسة كانت ستكلفني كل ما أملك.. أنا أفعل ما تمليه علي أفكاري».

تميز تيد تيرنر بأنه مقنع إلى درجة كبيرة، وكان يشبه

شخصية فريدريك سميث في سحر شخصيته، عن قوة أقناع تيد تيرنر، يقول جورج بابيك من مكتب CNN في نيويورك: «إذا قال لك تيد إن الشمس ستشرق من الغرب في الخامسة صباحاً فإنك بالتأكيد ستضحك عليه، ولكنك في الوقت نفسه ستضبط المنبه في الخامسة صباحاً لربما كان تيد على حق».

كان تيد لغزاً وشخصية متناقضة بالنسبة إلى موظفيه، اصدقائه وزوجته السابقة جاني، فهو يتكلم عن فلسفة معينة ويفعل عكسها. كان يحلق شعره بنفسه، ويحلق شعر أولاده لسنوات طويلة، حتى عندما كان يملك ١٠٠ مليون دولار. كان يؤنب موظفيه واصدقاءه على التبذير. وقد ضبطته زوجته مرة عندما كان يطفئ الأنوار لتخفيف المصروف، وفي الوقت نفسه ينفق الملايين على نزواته التجارية.

"ان اسعد لحظة في حياتي هي عندما يقول الناس إن موضوعاً ما سيفشل، واثبت لهم العكس"

كذلك، كان تيد شخصية مخاطرة إلى أبعد الحدود، ويقول دائماً: «ان اسعد لحظة في حياتي هي عندما يقول الناس إن موضوعاً ما سيفشل، واثبت لهم العكس».

«لقد عارضني الجميع في كل خطوة، ووافقني الجميع بعدما قمت بها». كان لا يطيق التردد والتأجيل، ونشيطاً ومملوءاً

بالحيوية. فهو يشبه النمر في تحركاته وكثير الكلام، حتى ان أحد موظفيه قال عنه: «عندما تتحدث معه تحس بأنك تتحدث مع راديو». كان يحارب حتى آخر لحظة. وعن ذلك يقول تيد: «لا يمكن أن أرفع راية بيضاء في حياتي. أنا لا استسلم ابداً، وهذه هي قصة حياتي».

أحد موظفيه قال عنه: "عندما تتحدث معه تحس بأنك تتحدث مع راديو"

تيد تيرنر شخصية غريبة. فقد كان لديه، على الرغم من حبه للمخاطرة، خوف دائم من الموت، واحساس بأن احداً سيقتله، وهاجسه هذا دفعه إلى الادمان على دواء «ليثيوم» ليعالج نفسه من هذه الحالة.

تزوج تيد تيرنر ٣ مرات ورزق بخمسة أطفال (اثنان من الأولى التي تزوجها لسنتين، وثلاثة من الثانية جين سميث والتي ظل معها لمدة ٢٠ سنة) وتزوج في ١٩٩١/١٢/٧ من الممثلة جين فوندا في عيد ميلادها، وقد تركت التمثيل لأجله.

وصلت CNN إلى المرتبة الثانية في شبكات الكابل بعد ESPN، ووصل عدد مشتركيها العام ١٩٩١ إلى ٦٠ مليوناً. كل هذا بفضل رؤية لم يرها سوى تيد تيرنر، ولولا هذا الرجل لكانت صناعة الاخبار متأخرة كثيراً.

تيد، الذي وصفه الجميع بالمجنون والأحمق، وصل إلى كل بيت وإلى كل الدول، واختارته مجلة «التايم» التي

كانت من اشد منتقديه «رجل العام لسنة ١٩٩٢».
كان يقول دائماً: «إذا كنت لا تستطيع أن تقوم بعمل ما بصورة ممتازة فلا تفعله من الأساس».
تيد تيرنر، باختصار، عاشق للمخاطرة لا يعترف بالاستسلام، وهذا لحسن حظ العالم الذي نعيش فيه.

دبليو. كي كيلوغ

فن الادارة والدعاية والتسويق

يعتبر «الكورن فلاكس» فطور صباحي مشهور عالمياً، دخل الى عالم المأكولات منذ فترة طويلة، والشركة التي تصنعه ارتبط اسمها بالكورن فلاكس واصبح الغذاء المفضل لدى الملايين.

شعار شركة كيلوغ هو ان تعلب مأكولات ليبدأ الناس صباحهم بطريقة رائعة. وبالفعل فإن الكورن فلاكس الذي تصنعه هو الرقم واحد في العالم من دون منازع.

مؤسس الشركة العالمية هو W.K. Kellogs، والذي ولد في منطقة Battle Creek في ميشيغن، وكان فيها مصح مشهور للعلاج وذلك في العام ١٨٩٤.

كان يعمل مع اخيه الطبيب في ذلك المصح، واسمه الدكتور جون كيلوغ، حيث يساعده في تحضير مأكولات صحية للمرضى. وبينما كان الاخوان يجريان تجربة على حبوب القمح تساعد على علاج المرضى حصلت حالة

طارئة اضطرا بعدها الى قطع تجربتهما. وبعدما عاد الاخوان إلى مركز العجين كانت الحبوب قد شربت الماء فلاحظا انها كبرت وتفتحت، وبذلك تم اكتشاف اول غذاء مصنوع من رقائق القمح تمت تسميته بعدها الكورن فلاكس.

بدأ جون ببيع الكورن فلاكس بالبريد العام ١٨٩٩ من خلال شراكة مع اخيه دبليو. كي كيلوغ

بدأ جون ببيع الكورن فلاكس بالبريد العام ١٨٩٩ من خلال شراكة مع اخيه دبليو. كي كيلوغ.

وفي العام ١٩٠٦ اسس دبليو. كي كيلوغ. شركته الخاصة به. وبدأ بتصنيع الكورن فلاكس بشكل واسع.

كانت هناك منافسة شديدة من شركات الحبوب الأخرى، وعددها أكثر من ٤٢ شركة، لكنه كان يحمل افكارا تسويقية رائعة ومبتكرة، ما ساعده على تكوين مكانة رائعة له. وهو أول من استعمل اعلانات ملونة، وكل اعلان كان يعطي علبة مجانية لكل ربة بيت تذهب الى البقال، وشكل هذا ابتكاراً عاد بالنفع الكبير عليه وعلى شركته.

الابتكارات تتالت، وكان كيلوغ دائم البحث عن طرق تجعل الاكياس التي تحفظ الكورن فلاكس صحية ومعقمة لتدوم اطول فترة ممكنة فتوصل الى ابتكار الـ Waxtite وكان ذلك العام ١٩١٤.

فلم يكتف بنجاح الكورن فلاكس، انما تابع ابحاثه

وتجاربه فتوصل الى خلطة بران فلاكس العام ١٩١٥، ثم اول بران العام ١٩١٦. وتوسعت الشركة الى كندا العام ١٩١٤، والى استراليا العام ١٩٢٤ وإلى انكلترا العام ١٩٣٨.

في العام ١٩٣٠ تم تأسيس مؤسسة كيلوغ الخيرية. وحبا بالتغيير طرحت منتجاً اسمه بوب تارت، نال شهرة واسعة. وحظي باقبال كبير في العام ١٩٦٤.

تعرضت الشركة الى نكسات في أوائل الثمانينات بسبب المنافسة الشرسة من قبل الشركات الاخرى، وبخاصة من شركة جنرال ميلز ولكن توجهها الى تحسين منتجاتها وتسويقها على اسس صحية للذين يفكرون في صحتهم جعلها تقف مرة ثانية كما ساعدها توجهها الى السوق الخارجية، بخاصة السوق الأوروبية التي كانت في حالة نمو سريع.

تعرضت الشركة الى نكسات في أوائل الثمانينات بسبب المنافسة الشرسة من قبل الشركات الاخرى

اعادت شركة كيلوغ بناء نفسها مرة ثانية في بداية التسعينات وفي العام ١٩٩٦ تعرضت لنكسة اخرى بعد خسارتها لريادة سوقين مهمّين، وكان ذلك بعدما خفضت شركة فيليب موريس، وكانت الرقم ٣ في السوق العالمية، أسعارها بدرجة كبيرة، ما أثر في مبيعات كيلوغ بشكل كبير، فلم تجد الشركة بدا من تخفيض اسعار ١٩ منتجاً بنسبة ٢٠ في المئة.

افتتحت الشركة مصانع في تايلاند والاكوادور العام، ١٩٩٧، وطرحت منتجا جديدا اسمته Kellogg's Cocoa Frosted Flakes.

كان مؤسسها مؤمناً بأن النجاح في الإدارة يعتمد على النجاح مع الناس

تعتبر شركة كيلوغ، حاليا، الأولى عالمياً في صناعة الحبوب المعلبة، ولها ٣٢ في المئة من السوق الأميركية، وهي تصنع ٢ من اصل ١٥ منتجا غذائياً من الحبوب في العالم. كما تصنع منتجاتها في ٢٠ دولة، وتبيعها في اكثر من ١٦٠ دولة. وتملك مؤسسة كيلوغ الخيرية نسبة ٣٤ في المئة من الشركة. وتبلغ مبيعاتها السنوية، حسب آخر احصاء العام ١٩٩٧، ٦ مليارات و٨٠٠ مليون دولار اميركي، ويبلغ عدد موظفيها ١٤٣٣٩ بزيادة ١,٢ في المئة عن العام ١٩٩٦.

نجاح الشركة وتوسعها في أكثر من ١٦٠ دولة اعتمدا على استراتيجيات تبناها مؤسسها وكانت هذه الاستراتيجيات معتمدة على الادارة الناجحة، والتسويق الناجح والدعاية الناجحة.

كان مؤسسها مؤمناً بأن النجاح في الإدارة يعتمد على النجاح مع الناس، ويتضمن هؤلاء الزبائن والموظفين على حد سواء.

واعتمدت قناعات كيلوغ على إعطاء الفرصة لكل موظف ليضيف شيئاً، ولو بسيطا، إلى الشركة لتنمو بشكل مستمر ومثمر. وكان مؤمناً بالتدريب المنتظم والمستمر وخلق محيط يرتاح فيه الموظف ليستطيع ان يمضي اغلب وقته في الانتاج والعمل بدل التفكير في كيفية التعامل مع محيط صعب ومعقد. كما كان مؤمنا بأن سبب نجاح الشركة هو رضى الزبون، لأن كل ما في الشركة موجود لإرضائه، وهو في النهاية الحكم الرئيسي، إذا كانت الشركة ناجحة أو لا، وعدم رضاه سيجعله يذهب الى منافسي الشركة، وبالتالي فإن الشركة تخسر على المدى البعيد.

اعتمدت قناعات كيلوغ على إعطاء الفرصة لكل موظف ليضيف شيئاً، ولو بسيطا، إلى الشركة

واعتمدت سياسة الشركة التسويقية على الاعلان والوصول إلى كل بيت وارضاء جميع الأذواق عبر اعلانات صادقة ودقيقة وبعيدة عن الوعود الرنانة، وكان كيلوغ يؤمن بأن كلام الناس هو أفضل اعلان وأرخص اعلان، وهو الذي يبيع. وسبب اعلاناته الكثيرة هو ايمانه بأن الإعلان يذكر الناس ولا يبيع فقط، لأن جودة البضاعة التي ترضي الزبون هي التي تبيع وليس الاعلان الذي يعتبر وسيلة توعية.

وهكذا، مع كل اشراقة شمس، ملايين البيوت تستعمل كيلوغ كفطور صباحي ولد صدفة.

الاكتشاف لليستر.. والنجاح لجونسون

ربّ ضارة نافعة

أضافت شركة جونسون آند جونسون، منذ تأسيسها، الكثير من الانجازات والتطوير لمهنة الطب، وأنقذت العديد من البشر من خلال توجهاتها الهادفة إلى توفير منتجات تعتني بالصحة وتعالج ما يؤثر فيها سلباً. وتعتبر هذه الشركة حالياً من أكبر مصنعي هذه المنتجات في العالم، ولديها العديد من المنتجات الشهيرة، وفروع في ٥٠ دولة، وتسوق منتجاتها في أكثر من ١٧٥ دولة، ومن أشهر منتجاتها (العدسات اللاصقة Acuvue، مستحضرات Neutrogena للعناية بالجلد والشعر، Tyle-nol للأوجاع والآلام، Imodium, Band Aids لمعالجة الاسهال، Ergamosil لمعالجة السرطان، مضاد الجراثيم IFoxin، المناديل الصحية Retin A, Sure & Natural، لمعالجة حب الشباب، والعديد من المستحضرات التي تعتني بكل جوانب الصحة بشكل فعال.

كيف تأسست هذه الشركة؟ وكيف تطورت؟ وكيف أصبحت بهذا الحجم؟ تلك هي حكاية نجاح روبرت وود

جونسون وشركته جونسون آند جونسون.

لم يكن اكتشاف أول ضمادات جاهزة ومعقمة للجروح من قبل جونسون آند جونسون في أواسط العام ١٨٨٠ كناية عن ولادة مجرد شركة، أنما عد أيضاً ثورة حقيقية في التعامل مع الجروح، مما شكل عاملاً مهماً في تقليل نسبة مخاطر التهاب الجروح وتكاثر الجراثيم والبكتيريا حول وعلى الجروح، الأمر الذي قلل نسبة الوفيات في العالم بشكل ملحوظ.

بدأت قصة جونسون آند جونسون بعد اكتشافات السير جوزيف ليستر، وهو جراح انكليزي معروف في ذلك الوقت.

كان ينعت الجراثيم بالقتلة غير المنظورين ولكنه واجه معارضة شديدة من العاملين في المجال الطبي

حدد السير ليستر، لأول مرة، أن سبب الالتهابات والوفيات داخل غرفة العمليات هو الجراثيم الطائرة والمنتشرة خارج الجسم، ودعا إلى التخلص منها. وكان ينعت هذه الجراثيم بالقتلة غير المنظورين، ولكنه واجه معارضة شديدة من العاملين في المجال الطبي، لأن مفهوم وجود آلاف من البكتيريات الحية لا تتم رؤيتها بالعين المجردة، وقاتلة، لم يتم قبوله من قبل الجراحين في القرن التاسع عشر، حتى أنهم هاجموه بقوة.

شخص واحد فقط لم يعارض ليستر، كان اسمه روبرت

وود جونسون، الذي اقتنع بفكرته واكتشافه عندما سمعه يتكلم عام ١٨٧٦. وبدأ جونسون، منذ ذلك الحين، تطبيق أفكار ليستر بشكل كبير، وكان يحلم بإيجاد ضمادات معقمة وملفوفة بشكل نظيف ومرتبة وجاهزة للاستعمال، مما يوفر وقتاً وجهداً كبيرين من دون مخاطر التعرض للتلوث.

كان يقول دائماً "يجب أن تكون هناك طريقة أسهل".

قبل اكتشاف ليستر كانت نسبة الوفيات ٩٠ في المئة في بعض المستشفيات، ولم يستطع الجراحون التصديق أنهم يقتلون مرضاهم بأنفسهم بوساطة الجراثيم، والتي تتكاثر من خلال اجراء عمليات من دون أستعمال القفازات المعقمة، ومن دون تعقيم غرفة العمليات والأدوات الموجودة فيها.

وفي المقابل كان تطبيق ما اكتشفه ليستر وتنفيذه في حاجة إلى جهد كبير ومال كثير، وكان روبرت وود جونسون يفكر بحل يسهل عملية التعقيم بشكل كبير، من دون تكلفة كبيرة، وكان يقول دائماً «يجب أن تكون هناك طريقة أسهل».

أقنع روبرت جونسون العام ١٨٨٥ أخوية جيمس وود جونسون وأدوارد ميد جونسون بتأسيس شركة في نيو بونسفيك في ولاية نيوجرسي، وبدأت العمليات العام

١٨٨٦ في الطابق الرابع في شقة صغيرة كانت كناية عن مصنع صغير لورق الجدران، وبوجود عدد قليل من الموظفين.

وفي العام ١٨٨٧ تمت تسمية الشركة رسمياً «جونسون آند جونسون» والتي دخلت عالم المضادات المعقمة من بابه الواسع. وقد استفادت الشركة من محدودية تطبيق أفكار ليستر في المستشفيات، واتجهت إلى الأفراد والناس في مختلف مرافق الحياة.

كان «البلاستر اللاصق BAND AID أول منتجات جونسون آند جونسون وكان ناجحاً جداً. ومن خلال بحث روبرت وود جونسون الدائم عن طريقة تفيد الأطباء في غرفة العمليات تم اكتشاف المعقم الذي يحمي الجروح المفتوحة من الجراثيم والميكروبات.

كان "البلاستر اللاصق BAND AID أول منتجات جونسون وكان ناجحاً جداً.

لم تكتف الشركة بذلك، إنما ركزت عملها على تسويق اجراءات الحماية من الميكروبات والتعقيم، وأصدرت العام ١٨٨٨ كتاباً اسمته «الطرق الحديثة لتطهير الجروح والوقاية من الجراثيم»، والذي اعتبر لسنوات طويلة مرجعاً أساسياً ومهماً في هذا المجال.

بذل روبرت جونسون جهداً كبيراً في تطوير ما بدأ به ووجد صعوبات جمة من خلال أبحاثه، بخاصة أن الأمر

متعلق بصحة البشر، وكلما أسرع باكتشاف مطهر ومعقم فإن نسبة الوفيات حتماً ستقل. لذا، كان في صراع دائم مع الوقت، لا سيما أنه أمسك بطرف الخيط.

أسست الشركة العام ١٨٩١ مختبراً يحلل البكتيريا، وفي السنة التي تلتها توصلت الشركة إلى مطابقة المواصفات المطلوبة لتعقيم سليم، وأصبح شعار الشركة «جونسون آند جونسون» أفضل اسم يستحق الثقة في مجال تضميد الجروح.

من الذين اسهموا، أيضاً، في نجاح الشركة شخص يدعى فريد كيلمر، الذي كان يكتب من خلال منشورات الشركة ليغير الموقف الذهني والقناعات المتعلقة بالتطهير والتعقيم.

في العام ١٩١٠ توفى رئيس الشركة ومؤسسها روبرت وود جونسون

قامت الشركة العام ١٨٩٩، بالتعاون مع عدد من الجراحين الأميركيين، بتطوير واكتشاف «البلاستر» اللاصق والمصنوع من أوكسيد الزنك، والذي كان متيناً ومعقماً وحامياً من الحساسية، وكان أفضل بكثير من «البلاستر» الأول.

في العام ١٩١٠، توفى رئيس الشركة ومؤسسها روبرت وود جونسون، الذي وصلت تحت إدارته إلى شركة رائدة في مجال الحماية الصحية.

خلف جيمس جونسون أخوه، وظل رئيساً حتى العام ١٩٣٢. وقبل ذلك في العام ١٩٢٣ قام ولدا روبرت جونسون (روبرت وود جونسون الابن، والذي حمل اسم والده، وجي سيوارد جونسون) بجولة عالمية اقتنع من خلالها روبرت وود جونسون الابن والذي ولد العام ١٨٩٣ بأن على الشركة أن تنتشر عالمياً وتبسط اجنحتها لتفيد أكبر عدد من الناس. وهكذا كان، فقد توسعت الشركة للمرة الأولى خارج الولايات المتحدة الأميركية العام ١٩٢٤ بفتح فرع في بريطانيا.

كان محباً للتوسع يؤمن بأن التنويع مهم للنجاح، ولا يجب أن تضع كل جهودك في مكان واحد

لعب روبرت جونسون الابن دوراً رائداً في الشركة، وحمل رسالة أبيه بكفاءة عالية، وكان يعرف بالجنرال جونسون، لأنه خدم في الحرب العالمية.

كان محباً للتوسع، يؤمن بأن التنويع مهم للنجاح، ولا يجب أن تضع كل جهودك في مكان واحد، بل يجب ان تبتكر منتجات بشكل مستمر لترضي أكبر عدد من الناس (وكانت هذه قناعة اكتسبها من والده).

كان روبرت الابن شخصاً معروفاً بحبه للخير ومساعدة الآخرين. وتعتبر مؤسسته الخيرية من أكثر المؤسسات نجاحاً في الولايات المتحدة.

ظلت الشركة في نمو دائم تحت إدارة روبرت جونسون،

وذلك عبر الاتحاد مع شركات ناجحة، وانبثقت عنها مستحضرات معروفة، ذكرناها في البداية.

استقال روبرت جونسون من منصبه كرئيس للشركة العام ١٩٦٣، ولكنه ظل ناشطاً فيها حتى وفاته العام ١٩٦٨ عن عمر يناهز الرابعة والسبعين.

يبلغ عدد الذين يعملون لدى شركة «جونسون آند جونسون» حتى يومنا هذا حوالي ٩٠ ألف موظف، وتباع منتجاتها في أكثر من ١٧٥ دولة. وهذا كله بدأ من القول «رب ضارة نافعة». ولولا وجود الجراثيم والميكروبات لما استطاع روبرت جونسون القيام بتجاربه وطرح اكتشافاته، ومن خلال ما حققه تم انقاذ الملايين من البشر، ومن ثم تحسين صحتهم وجمالهم ونضارتهم من خلال مئات المستحضرات والأدوية التي تخصصت بها شركة «جونسون آند جونسون».

دايوو DAEWOO

اتسع الحلم ليشمل ٢٩ شركة

"الكون العظيم"

هو تفسير كلمة «دايوو» ومعناها بالعربية. وهذا ما يحلم به كيم وو تشونغ مؤسسها.

وإذا قارنا ما حققته الشركة منذ تأسيسها، نلاحظ ان تطورها كان مذهلاً مقارنة بعراقة الشركات المنافسة. فقد بدأ الناس يسمعون باسم الشركة منذ فترة بسيطة، ولكن تطورها بدأ منذ تأسيسها عام ١٩٦٧، وتعتبر حالياً من أكبر مجموعات الشركات في كوريا الجنوبية، ولديها ٢٩ شركة مختلفة منضوية تحت لوائحها ونشاطاتها في انحاء العالم تتضمن التجارة، البناء، السيارات، بناء السفن، الإلكترونيات، أجهزة الاتصالات، تصنيع الآلات، والتمويل التجاري.

وشركة «دايوو» على عكس الشركات الكورية الاخرى

التي فلصت اعمالها للتغلب على الأزمة الاقتصادية الكورية، حيث استعملت عامل التوسع اكثر فأكثر للتعامل مع الأزمة.

"دايوو" كلمة كورية تعني "الكون العظيم" بالعربية

ترتيب الشركة في صناعة السيارات هو الثالث في كوريا الجنوبية بعد «هايونداي» و«كيا»، ومازالت تسعى الى التوسع، وهدفها ان تصبح بين أول ١٠ شركات مصنعة للسيارات في العالم، مع العلم ان ترتيبها يقترب من المرتبة ٢٠.

تعتمد استراتيجية الشركة بشكل اساسي على التوسع الكبير مع شيء كبير من المخاطرة، بخاصة في ايجاد مصانع في بلاد تكون التكلفة العمالية فيها ضئيلة، اضافة إلى ان استئجار وامتلاك المصانع غير مكلفين مقارنة بدول اخرى. ومن هذه الدول التي اختارتها بولندا، اوكرانيا، وفيتنام، وهي تعد في الوقت نفسه سوقاً جيداً لتسويق سياراتها الزهيدة الثمن، وبذلك تكون قد ضربت عصفورين بحجر واحد. كما ان الشركة تسعى الى بيع سياراتها في الولايات المتحدة الأميركية مستخدمة استراتيجية تسويقية متطورة، عن طريق البيع المباشر من دون اللجوء الى موزعين محليين.

لم تركز شركة «دايوو» على سوق السيارات فقط، انما

تعدته الى مجال الالكترونيات، وأهم منتجاتها أجهزة التلفزيون، أجهزة الفيديو، الكمبيوتر، أجهزة المايكروويف، البرادات، والغسالات المنزلية.

مؤسس هذه الامبراطورية الكورية شخص يدعى كيم وو شونغ، وهو مازال على رأس عمله رئيساً للشركة.

ولد كيم وو شونغ في كوريا في ١٩٣٦/١٢/١٩، وتخرج من مدرسة كيونجي الثانوية في سيؤول، وحصل على بكالوريوس في الاقتصاد من جامعة يونسي عام ١٩٦٠.

أسس كيم عام ١٩٦٧، مع شخص يدعى توو داي دو، شركة صغيرة لتجارة الملابس اسمياها:

Daewoo Industrial Limited Co. Ltd.

وبدأت بخمسة موظفين ورأسمال كان عبارة عن قرض بعشرة آلاف دولار. وهذه الشركة نفسها توسعت لتصبح ما هي عليه الآن.

بدأت بخمسة موظفين ورأسمال كان عبارة عن قرض بعشرة آلاف دولار

مرت فترة قصيرة اشترى بعدها كيم حصة «توو داي دو» لأنه كان يحب الاستقلالية، ولم يستطع «توو» مجاراة حب كيم للمخاطرة التي تصل احياناً الى حد الجنون. ومن خلال هذه الشركة استطاع كيم ان يصل الى

العالمية وأسهم اسهاماً مباشرا في نهضة الصناعة الكورية وتطورها الاقتصادي.

لتجنب المنافسة توجه الى أسواق لم تتجه اليها الشركات الكورية الاخرى

دخلت دايوو مجال الهندسة المعمارية والبناء في ظل النهضة الاقتصادية الكورية. وفي العام ١٩٧٠، توسعت نشاطاتها لتشمل الصناعات الثقيلة والصناعات الكيميائية. وفي الثمانينات شملت الصناعات التكنولوجية واجهزة الاتصالات وصناعة السيارات، والأدوات المنزلية والإلكترونية. وفي العام ١٩٧٦ طلب الدكتاتور بارك شونغ هي من كيم ان يأخذ مصنعاً لتصنيع الآلات تابعاً للحكومة، كان يخسر لمدة ٣٧ سنة. قبل كيم التحدي ولم تمض ٩ شهور حتى كان قد اشترى المكان واسماها Deawoo Heavy Industries. وفي هذه الأثناء كان البترول قد اخذ وضعه في الخليج والشرق الأوسط وتوجهت شركات المقاولات الكورية الى الشرق الأوسط. ولتجنب المنافسة توجه الى أسواق لم تتجه اليها الشركات الكورية، فخاطر بعقود انشاء واعمار وصلت الى ملياري دولار في ليبيا.

دخلت دايوو عالم السيارات عندما طلب الرئيس

الكوري من كيم مرة ثانية ان يأخذ نسبة الـ ٥٠ في المئة التي تملكها الحكومة لشركة GM Korea. فوافق كيم مرة ثانية واسماها Deawoo Motor Company ولكن هذه الشركة تأثرت سلبا عندما اتخذ الرئيس بارك قراراً باستعادتها لسد ديون شركة لبناء السفن عندما كان كيم خارج البلاد. ولكنه عرف كيف يتعامل مع الوضع بحنكته ودبلوماسيته. وخلال العقدين مارس كيم هوايته في التوسع وبحث عن اسواق جديدة ومنتجة ومكاتب جديدة تدير نشاطاته.

خلال العقدين مارس كيم هوايته في التوسع والبحث عن اسواق جديدة ومنتجة

في العام ١٩٩٧ استثمر الأمير السعودي وليد بن طلال مبلغ ٥٠,٥ مليون دولار اعطته ملكية بنسبة حوالي ٦ في المئة من مجموعة شركات دايوو، وفي العام ١٩٩٨ اشترت دايوو نسبة ٣٥,٥ في المئة من سان يونغ على الرغم من عزوف الشركات الأخرى عن التوسع في ظل الأزمة المالية في آسيا.

كيم، حالياً، مشغول جداً وأكثر من أي وقت مضى، قام بـ ٢٤ رحلة زار خلالها ٤٢ دولة وقضى اكثر من ٢٣٧ يوماً أي ٦٥ في المئة، من السنة يطوف من مكان الى آخر لترسيخ برنامج التكامل العالمي للشركة.

يحمل كيم العديد من شهادات التقدير والشهادات الفخرية من الجامعات المحلية والجامعات الأجنبية، وقد حصل على العديد من الجوائز من حكومات خارجية، اضافة إلى الحكومة المحلية. وهو حاليا، رئيس اتحاد الصناعيين الكوريين.

من حلم صغير تم تمويله بقرض من ١٠٠٠٠ دولار إلى شركة يعمل لديها حوالي ٢٦٥٠٠٠ موظف في جميع أنحاء العالم. هكذا كتب كي وو شونغ حكاية نجاحه.

من منكم لا يعرف «كوداك»؟

اضغط الزر.. وعلينا الباقي

تعتبر شركة «كوداك» من أشهر الاسماء في العالم فبغض النظر عن اللغة، هي تمثل شيئاً واحداً فقط هو التصوير. والشخص الذي اخترع واسس هذه الشركة وسهل عملية التصوير كان اسمه جورج ايستمان.

بدأ ايستمان بالتصوير كهواية وكان عمره ٢٤ عاماً. وكانت هذه المهنة أو هذه الصناعة جديدة نسبياً وفناً جديداً لا يعرفه الكثير من البشر. وبسرعة اكتشف قوة قابلية هذه الصناعة للتطور، ووضع هدفاً واحداً في حياته أن يجعل الكاميرا سهلة الاستعمال كالقلم، وفي متناول الجميع.

بدأ شغفه بالتصوير بالتصاعد إلى أن اثمر نجاحاً هائلاً بفضل حبه الدائم للابتكار، ومعرفته وحسه الواعي بادارة الأعمال، وبذلك نجح حيث فشل الآخرون.

وخلال تطور شركته اصبح ايستمان رجلاً غنياً قادراً. وفي العام ١٩٩٤ اصبحت شركة «كوداك» بين أفضل ٢٥

شركة في الولايات واهتماماتها ونشاطاتها تنوعت عن التصوير. وأصبحت تصنع وتنتج آلات طبية وأقمشة ومنتجات الكترونية.

بعد فترة عمل طويلة امتدت لأربع سنوات ككاتب في بنك، قرر جورج ايستمان البالغ ٢٤ عاماً أن يأخذ فترة راحة بسيطة. وقد قرر أن يذهب إلى سانتو دومينغو في جزر الكاريبي.

لكن الوصول إلى هذه الجزيرة كانت تتخلله بعض العقبات، وكان وقتها عام ١٨٧٨، وكان السفر طويلاً ومكلفاً، بطيئاً وأحياناً خطيراً. لكن هذه العوامل لم تكن كافية لتمنع جورج ايستمان من التخطيط لرحلته. وكان يتكلم عن رغبته ومخاوفه لاصدقائه في العمل. وأحد اصدقائه اقترح عليه أن يأخذ كاميرا معه اذا كانت هذه الصور جيدة؛ فهو يستطيع ان يبيعها ويكسب بعض النقود عندما يرجع.

صرف جورج راتبه الشهري كاملاً على آلة تصوير ضخمة وقديمة لم تكن متطورة ابداً

كان ايستمان يعلم أن هذه الرحلة ستكون مدهشة، وأن صديقه كان على حق في أنه يجب تصوير هذه الرحلة. وقد صرف راتبه الشهري كاملاً على آلة تصوير ضخمة وقديمة لم تكن متطورة ابداً، ولكنه لم يكن يعلم إلى أين سيؤدي به هذا

الموضوع.

وقد وصف ايستمان معدات الكاميرا التي اشتراها بأنها حمل كامل لحصان. كانت هذه الكاميرا ضخمة جداً، وكانت متكاملة، وتحتوي على خيمة كاملة وصفائح معدنية مليئة بالمواد الكيميائية، حتى الكاميرا كانت علبة كبيرة جداً وكان منظرها مضحكاً مقارنة بما نراه الآن في الأسواق.

كانت عملية التصوير تأخذ وقتاً، بخاصة في تظهير الأفلام. وتأخذ كل صورة ليتم تصويرها اكثر من ٢٠ دقيقة. وبعدها قرر ايستمان أن يأخذ دروساً في التصوير من هذه الآلات.

وصف ايستمان معدات الكاميرا التي اشتراها بأنها حمل كامل لحصان

واجه الكثير من الصعوبات خلال تعلمه التصوير، وكان عملاً مضنياً ومملاً بالنسبة إليه، لكنه أحس بأنه استوعب عملية التصوير جيداً. وبعدما بدأ بتصوير بعض اللقطات بنجاح زاد شغفه بهذا المجال.

ذات يوم عندما كان يقرأ موضوعاً في مجلة بريطانية عن التصوير، وجد حلاً لمشكلته. كان هناك عدد من المصورين في الاتلنتيك يجرون تجارب عدة في التصوير، وهو يريد أن يتخلص من الصفائح الضخمة الرطبة والجافة. وبينما كان يقوم بتجاربه في مطبخ والدته، استطاع اختراع أفلام أقل تعقيداً للتصوير، وقرر ألا يصنعها

لنفسه عندما يريد التصوير، انما يستطيع أن يصنعها ويبيعها إلى الآخرين.

كان ايستمان يعمل في البنك خلال الصباح، وفي الليل كان يحول مطبخ والدته إلى مختبر

وهكذا كان يعمل ايستمان في البنك خلال الصباح، وفي الليل كان يحول مطبخ والدته إلى مختبر كامل. كان احياناً كثيرة ينام في ثيابه، ولا يحس بأنه نائم على الطاولة في المطبخ، كان يحاول أن يصل إلى هدفه في اسرع وقت. وقد اخذ من الوقت سنتين لتصميم الفيلم الذي كان يحلم به، كان عمره ٢٦ سنة، وشكل اساس بناء أهم شركات التصوير في العالم EASTMAN PRODUCT.

ولد جورج ايستمان في ٢ - ٧ - ١٨٥٤. في قريته واترفيل، إحدى ضواحي نيويورك في الولايات المتحدة الأميركية لعائلة تتكون من ثلاثة أطفال؛ جورج واختيه الكبيرتين اللتين تكبرانه سناً، الين وايما. وكان والده طموحاً. وعندما كان عمر جورج ٦ سنوات انتقلت العائلة إلى روشستر لتؤسس مدرسة اسمها EASTMAN COMMERCIAL COLLEGE، في البداية كانت المدرسة ناجحة، وبعد سنتين توفي والده فجأة وتحول نجاح المدرسة إلى فشل. وفي وقت قصير اصبحت العائلة المرتاحة مادياً نسبياً في حالة افلاس. ولكن امه ماريا

ايستمان كانت منتجة مبدعة؛ واستطاعت بحكمتها ان تجعل الأمور تمضي بشكل جيد.

كان جورج ذكياً في المدرسة، لكنه كان كسولاً في العمل، وكان يحب البيسبول كثيراً. لم يمض وقتاً طويلاً في المدرسة فتركها عندما كان عمره ١٤ عاماً.

وكان لديه اخت معاقة، واصبحت المسؤوليات عليه كبيرة جداً كولد وحيد. لذلك عمل في شركة تأمين كمراسل يحمل الورق من مكان إلى آخر. وفي الخامسة عشرة انتقل إلى شركة تأمين ثانية وتحول من مراسل الى كاتب وكان أجره ٥ دولارات في الأسبوع.

كان لديه اخت معاقة، واصبحت المسؤوليات عليه كبيرة جداً كولد وحيد

أدرك جورج ايستمان أن هذا الراتب لن يكفيه ليعيل عائلته، وتأكد من انه لن يحصل على عمل افضل منه ما لم تكن لديه مؤهلات علمية فبدأ بدراسة المحاسبة في المساء. وفي العام ١٨٧٤ عمل في بنك روشستر للتوفير ككاتب في البنك. كان جورج متمسكاً في عمله في البنك في النهار بسبب الحاجة، وعندما كان يعمل في البنك كان يوفر بعض السنتات، وفي الوقت الذي كان يخطط فيه لرحلته إلى جزر الكاريبي في اسبانيولا كان قد وفر مبلغ ٣٠٠٠ دولار.

عندما بدأ اهتمام جورج ايستمان بالتصوير عام ١٨٧٨

كانت هذه الصناعة في مراحلها الأولى، وهي لم تتقدم كثيراً من تاريخ اكتشافها في العام ١٨٢٦.

بعدما تم اختراع الفيلم الجاف، قرر جورج ايستمان. ان يفتح مؤسسة تبيع الصفائح الجافة الى من يحتاج إليها، لكنه كان يواجه صعوبة في تمويل تجارته. وعلى الرغم من انه كان لديه ٣٠٠٠ دولار، فإنه كان يعلم انه يحتاج إلى أكثر من ذلك ليفتح معملاً، لأن عليه أن يشتري معدات وآلات وأن يدفع الايجارات والرواتب قبل أن يتوقع أي مردود. في العام ١٨٩٠ قام بتصنيع الأفلام الجافة في روشستر، وفوجئ بعد ذلك ان الدعم المادي يأتيه من حيث لا يدري، وكان ذلك من شخص اسمه هنري سترونغ، لا يفهم كثيراً في التصوير ولكنه كان رجل أعمال ناجحاً قرر أن يستثمر في شركة ايستمان العام ١٨٨٠، ومرة ثانية في العام ١٨٨١.

قرر جورج أن يفتح مؤسسة تبيع الصفائح الجافة لكنه كان يواجه صعوبة في تمويل تجارته

كان سترونغ داعماً لايستمان إلى أبعد الحدود، حتى أنه قال إنه إذا خسر المشروع سيتحمل الخسارة وحده، ثم اصبح سترونغ شريكاً أساسياً ومالكاً مشتركاً مع جورج ايستمان، وكون الاثنان فريقاً ممتازاً في اتخاذ القرارات وادارة الشركة.

عندما انتقلت شركة ايستمان لصناعة الأفلام الجافة الى

الطابق الثاني من مستودع في روشستر، وكان عمره ٢٧ عاماً ومازال يعمل في البنك خلال النهار وفي صناعة التصوير في المساء، وكان لديه عامل واحد يساعده في تشغيل هذه المؤسسة.

كانت سمعة افلام ايستمان جيدة لدى الهواة والمحترفين. ثم تطورت المبيعات بشكل جيد وارتفعت، واستمر ايستمان بالعمل خلال النهار حتى شهر سبتمبر عام ١٨٨١، وكان المدخول الشهري للشركة حينها ٤٠٠٠ دولار. وان كل شيء على ما يرام حتى العام ١٨٨٢ عندما بدأ الناس باعادة الافلام التي كانوا يشترونها بحجة انها غير صالحة وغير جيدة. وعندما فحص ايستمان الافلام لاحظ أن كل الناس عندهم حق، وأن الافلام غير صالحة للاستعمال. وفي شهر مارس ١٨٨٢ قام بـ ٥٠٠ تجربة لمحاولة كشف الخطأ من دون أن ينجح. وبعدها، وخلال زيارة الى بريطانيا، اكتشف ان الخطأ ليس في عملية التركيب، بل في عملية عدم نقاء الجيلاتين الذي كان يستعمل. وقرر ايستمان ان كل الافلام غير الصالحة، يجب استبدالها، وهذا كلفه كل الاموال التي بحوزته.

كان انجازاً عظيماً لتحقيق ارباح بعد سنة من خطر افلاس الشركة ودمارها التام

ويقول ايستمان «صحيح اننا صرفنا كل الأموال التي

معنا على استعادة سمعة وجودة افلام ايستمان، لكن هذا ترك لنا شيئاً اهم من الاموال وهو السمعة. وبانتهاء عام ١٨٨٢ كانت الشركة قد استعادت الثقة واصبحت قادرة على بناء مصنع وتغطية المصاريف. وكان هذا انجازاً عظيماً لتحقيق ارباح بعد سنة من خطر افلاس الشركة ودمارها التام بسبب الافلام غير الصالحة.

بعد كد وتعب استطاع ان يطرح فيلماً حساساً جديداً أفضل بكثير من الافلام التي سبقته

رسم جورج ايستمان اربعة خطوط عريضة كان يعتقد أنها اساسية للنجاح في تحقيق حلمه: أن ينتج كميات كبيرة من المنتج كاستعماله الآلات الكبيرة، ان تكون الاسعار منخفضة. توزيع المنتجات محلياً وعالمياً. والاعلان وبيع المنتجات عبر الشرح الوافي عنها.

بالنسبة الى ايستمان كانت هذه الافكار الاربع مترابطة. فعملية انتاج عدد كبير من المنتجات سيجعل التكلفة اقل، وبالتالي سيكون سعر البيع اقل، وعلى الناس ان يعلموا عن المنتجات عن طريق التسويق والاعلان، وكان يرى في عملية تحجيم نفسه والقوقعة في مكان واحد أو في سوق الولايات المتحدة ما يحد من طاقاته، فلماذا لا يصدّر ما يبيعه، لأن ما يبيعه يحتاج إلى الكثير من الناس؟ لماذا يحجّم نفسه بأن يكون في سوق واحدة مع انه يستطيع ان

يكون في كل انحاء العالم.

كان جورج ايستمان على علم تام بأنه لتطبيق هذه الأفكار يجب أن يقنع الناس بأن فن التصوير أو صناعة التصوير بشكل عام ليست صعبة كما هي في الظاهر. لذلك كان يريد أن يقنع اكبر عدد من الناس بأن يستعملوا ويشتروا هذه المنتجات. وكان مقتنعاً تماماً بأنه لجعل التصوير متوافراً لكل الناس يجب ان يسهل عملية استخدام الآلات التصويرية. لأن الشخص العادي لا يستطيع ان يحمل الكاميرات الثقيلة، وان يتعامل مع الافلام الزجاجية، والرطبة وكل الآلات والمعدات المتعلقة بالتصوير.

كان يبحث عن كلمة قوية صعبة النسيان لوصف كاميرا صغيرة صممها فكانت كلمة «كوداك»

لذلك قرر، كخطوة أولى، ان يبدأ بتغيير الافلام، وبدأ اهتمامه ينصب على تحويل الافلام الزجاجية الى أفلام ورقية. وبالتالي فان الورق ارخص سعراً في أية مواد اولية ثانية، وبذلك يستطيع ان يخفف من مصاريف واعباء التصوير. وقد بدأ باختباراته التي لا تكل. وبعد كد وتعب استطاع ايستمان ان يطرح فيلماً حساساً جديداً اثبت أنه اقتصادي ومرن وأفضل بكثير من الافلام التي سبقته. وبعدها توسعت الشركة، ولم تعد بين ايستمان وسترونغ فقط، أنما اصبح لديها ١٤ شخصاً ممولاً

دفعوا لتوسيع الشركة بشكل عام ودعم اختباراتها وابحاثها المتكررة.

تم التسويق لهذه الكاميرا بجملة واحدة: «أنت تضغط على الزر ونحن نفعل الباقي»

اصبح سترونغ رئيس الشركة، وجورج ايستمان مديرها العام وأمين الخزينة. بوظيفته كأمين للصندوق كان عليه ان يدير الأمور المالية للشركة، وكمدير عام كان عليه أن يدير اعمال الشركة ويتابعها يوماً بيوم.

لم يلق الفيلم الجديد الذي طرحته شركة ايستمان و«كوداك» اي نجاح يذكر، لأن معظم المصورين فضلوا أن يستخدموا الافلام الجافة، لأنها تعطي طباعة ممتازة، وكثير من الناس لم تكن لديهم القدرة على ان يأخذوا التصوير كهواية، انما كانت مع الاشخاص المحترفين فقط.

تعلم من هذا الفشل الكثير. وحصل قبل توزيع افلام شركته على براءة اختراع من حيث المنتج ومن حيث التحضير، وكانت النوعية ممتازة جداً، ولكن تحميض هذا الفيلم كان يأخذ وقتاً طويلاً. وعلى الرغم من النجاح المحدود لهذا المنتج، لكنه لم يعط ايستمان النجاح الباهر للاسواق الكثيرة التي كان يريد أن يغزوها. والذي لا يهتم كثيراً بالتصوير لن تجذبه ألا كاميرا صغيرة الحجم يستخدمها في أي مكان يريد. وللأسف فشلت هذه

الكاميرا للمرة الثانية، حيث انه تم تصميم ٥٠ كاميرا فقط، ولم يبع اكثر من ٨ كاميرات، وعلى الرغم من أن امله خاب بمرارة، فقد رفض ان ييأس، لأنه كان مقتنعاً تماماً بأن الفكرة الاساس لاختراع كاميرا صغيرة وسهلة الاستعمال هي فكرة صائبة على الرغم من كل الفشل الذي واجهه.

في شهر يونيو (حزيران) العام ١٨٨٢، وبعد محاولات عدة، وصل ايستمان الى كاميرا صغيرة الحجم، وكان يريد أن يعطيها اسماً يجعل الجميع في حيرة في معنى هذه الكلمة.

اصبح الناس يلفظون كلمة «كوداك» بدلاً من كلمة كاميرا

جورج ايستمان حلم بكلمة «كوداك» لوصف كاميرا صغيرة صممها، لأنه لفترة طويلة كان يبحث عن كلمة قوية صعبة النسيان. ولما اختار «كوداك» سجلها كعلامة تجارية، وأحس بأنه اختار افضل اسم لهذه الكاميرا. والكثيرون يتساءلون: ما معنى «كوداك»؟ يقول عن هذا: اخترت حرف K فهو افضل حرف بالنسبة الي، لأنه حرف قوي وغريب كحرف ابجدي، وكنت احاول ان اعمل خليطاً من الاحرف لكي اجعل الكلمة جميلة. وقررت أن يكون اول حرف من اسمها K وعندما قدم ايستمان طلب تسجيل الكاميرا، كتب

«كوداك». هذه ليست كلمة اجنبية، إنما انا الذي صممتها لسبب واضح، أولاً انها كلمة واحدة وقصيرة، ثانياً لا يمكن ان تلفظ خطأ فهي واضحة جدا، والسبب الثاني هي لا تشبه اي شيء في الفن ولا تشبه شيئاً ابداً سوى «كوداك».

كان مؤمناً بأن اهتمامه بموظفيه سيرفع من انتاج الشركة بشكل كبير

كانت الكاميرا «كوداك» صغيرة خفيفة وليس فيها أي خطأ. وحتى أن الكاميرا لم يكن لديها أي عين للرؤيا من خلالها، أو لمشاهدة المنظر قبل اطلاقه، كان هناك حرف V لمشاهدة المنظر الذي يريد ان يلتقط صورة له، وكانت هذه الكاميرا تحمل ١٠٠ صورة في الفيلم الواحد. وهكذا حول جورج ايستمان التصوير الى ٣ خطوات سهلة جداً.

وتم التسويق لهذه الكاميرا بجملة واحدة: «أنت تضغط على الزر ونحن نفعل الباقي». ثم نجحت هذه الكاميرا نجاحاً منقطع النظير حتى أن الناس اصبحوا يلفظون كلمة «كوداك» بدلاً من كلمة كاميرا، فيقولون احضر «كوداك»، بدلاً من احضر الكاميرا.

بعد سنتين من الابحاث قام العالم الكيميائي هنري اوراسين باخ باختراع لعملية التصوير، وتوصل في أواخر العام ١٨٨٨ الى اختراع فيلم شفاف كان قوياً وواضحاً.

بدأت هذه الكاميرا بغزو الاسواق الاوروبية، ومنها باريس ولندن. بدأ ايستمان بشراء المصانع في البلدان، وذلك لصعوبة النقل. وقرر أن تكون هناك فروع للشركة في العالم.

وفي أواسط العام ١٨٩٠ بيع أكثر من مئة الف كاميرا و٣٠٠ ميل من الافلام كل شهر. وهكذا حقق ايستمان حلمه بأن يجعل التصوير عملية منتشرة عالمياً وبمتناول الجميع. وفي العام ١٨٩٥ اخترع عالم فيزيائي الماني اسمه وينهم رونجان، اشعة اكس، وكانت فوائدها عظيمة جداً بالنسبة إلى ايستمان، لأنه بعد سنة كانت كوداك تصنع افلام اشعة اكس.

صعد إلى غرفته واطلق النار على نفسه قائلاً: "لقد انجزت عملي، فلماذا الانتظار؟"

بعد الشهرة الواسعة التي حققتها «كوداك» تولدت مخاوف عدة، البعض منها انها ستحتكر أسواق التصوير لفرض السعر الذي تريده. وفي الحقيقة كان ايستمان يسعى إلى العكس تماماً. ولتحقيق حلمه بجعل كل الناس تستخدم الكاميرا، تم طرح كاميرا بدولار واحد لتصبح في متناول الجميع. كان مؤمناً بأن اهتمامه بموظفيه سيرفع من انتاج الشركة بشكل كبير. لذلك خفض ساعات عملهم من دون ان يخفض اجرهم، وصمم برنامجاً لرعايتهم وحمايتهم في حالة الحوادث

والمرض. ووصل عدد موظفي الشركة في العام ١٩١١ إلى ٥٠٠٠.

لم يتزوج جورج ايستمان في حياته ونذر نفسه لعمله. ويقال عنه انه كان شخصاً مملوءاً بالتناقضات، فهو كريم جداً أحياناً وقاس جداً أحياناً أخرى. وعلى الرغم من أنه طور التصوير ووجد ملايين البشر مهنة جديدة بفضل ابحاثه واختراعاته، انما لم يكن يحب أن يتصور. كان يحب الموسيقا وصيد السمك والقراءة ورحلات السفاري إلى افريقيا، وكان لديه «اورغ» يعزف عليه في اوقات الفراغ. وحكمته تقول: «ما نفعله في أوقات عملنا يحدد ما لدينا وما نفعله في أوقات فراغنا يحدد من نحن».

وفي ١٩٣٢/٣/١٤ دعا بعض الاصدقاء في منزله حيث تنازل عن كل ثروته الى جامعة روتشستر، وبعدها صعد إلى غرفته واطلق النار على نفسه وترك رسالة قصيرة قال فيها: «لقد انجزت عملي، فلماذا الانتظار؟». وقد انهى حياته في رباطة جأش كما عاشها لمدة ٧٧ عاماً.

البداية فكرة.. فعمل.. فنجاح.. فمليارات

بيل غيتس: نقطتا التحوّل

تعد شركة «مايكروسوفت» من أشهر الشركات في العالم في انتاج برامج الكمبيوتر. ويعتبر بيل غيتس مؤسس شركة «مايكروسوفت» من اشهر واغنى الرجال في العالم.

كالعديد من الشركات، تأسست شركة «مايكروسوفت» من فكرة، لكن هذه الفكرة كانت بمثابة حلم أو رؤية بعيدة المدى. كان الكمبيوتر غير معروف في أواسط السبعينات، ولكن كان لدى بيل غيتس وبول ألن قناعة بأن ذلك سيتغير إلى الابد بعد طرح برامج كمبيوتر فعّالة تغير طريقة عمل العالم اجمع.

ولد بيل غيتس في ١٩٥٥/١٠/٢٨ في سياتل في الولايات المتحدة، من عائلة غنية، ولكنه رفض أن يستخدم دولاراً واحداً في بناء نفسه وامبراطوريته.

أمه، واسمها ماري، كانت تعمل مدرسة وكانت سبباً

رئيسياً في تنظيم حياته. ابوه، ويدعى بيل جونيور، كان محامياً نافذاً، ولكنه كان محافظاً مع بيل وأختيه كرستين وليبي.

كان بيل شخصاً عادياً ولكنه في بعض النواحي كان مميزاً ومختلفاً

منذ صغره، وحتى وهو ناضج، كان بيل غير مرتب ومهملاً، ولكنه كان لا يحب تضييع الوقت في الدراسة ولا في أوقات الفراغ، ويصف بيل غيتس جلسات العشاء مع أهله بأنها كانت في محيط غنى يتعلم منه المرء الكثير. كان بيل شخصاً عادياً ولكنه في بعض النواحي كان مميزاً ومختلفاً، وكان ذو ذاكرة ممتازة، كان يردد دائماً: «استطيع أن أفعل أي شيء أضع كل تفكيري فيه».

كان بيل يحب الانخراط في المخيمات الصيفية ويحب الرياضات على أنواعها، بخاصة السباحة.

يقول عنه احد اصدقائه في تلك الأيام: «بيل كان أذكى منا جميعاً». ومع ذلك فقد كان متواضعاً وعلى الرغم من أن عمره كان ٩ أو ١٠ سنوات ولكنه كان يتكلم كالكبار وكان كل ما يقوله أعلى من مستوى تفكيرنا.

كان بيل غيتس شغوفاً بالرياضيات والعلوم، أرسله أهله إلى مدرسة ليك سايد وكانت مدرسة خاصة بالذكور.

في عام ١٩٦٨ اتخذت المدرسة قراراً غير مجرى حياة

بيل غيتس البالغ من العمر ١٣ عاماً، وبالنتيجة غير طريقة عمل جميع الشركات والأفراد ورفع من انتاجيتهم بشكل خطير.

تم جمع التبرعات خاصة من الأهالي وذلك لتتمكن المدرسة من شراء جهاز كمبيوتر مع برنامج معالج البيانات وعبر المدققة الكاتبة Tele type. وأكثر الطلاب اهتماماً كانوا ثلاثة: كانت ايفانس وبول ألن الذي كان أكبر من غيتس بسنتين وأسس معه بعد ذلك مايكروسوفت. وكان الثلاثة يجلسون مسمرين أمام الكمبيوتر في أوقات فراغهم، حتى أنهم اصبحوا يفهمون بالكمبيوتر أكثر من اساتذتهم مما سبب لهم مشكلات عدة مع الاساتذة. وكانوا يهملون دراستهم بسبب هذه الآلة الجديدة.

كان ذو ذاكرة ممتازة، وكان يردد دائماً: "استطيع أن أفعل أي شيء أضع كل تفكيري فيه"

بدأ بيل غيتس في سن الرابعة عشرة من عمره بكتابة برامج قصيرة، أول برامجه كانت ألعاباً محدودة، وكان يكتبها بلغة «البيسك» وكانت قدرته على كتابة البرامج نابعة من حبه للرياضيات وعلم المنطق. إذا أحب بيل غيتس ان يكون جيداً في مجال معين، فلا يرضى عن الأفضل بديلاً: وبدأ بقراءة المجلات التي تتعاطى مع شؤون التجارة.

في عام ١٩٦٩، انشأ بيل غيتس وبول ألن شركة باسم «مجموعة مبرمجي ليك سايد للكمبيوتر»، وكان ذلك نقطة

تحول تعرف الطالبان خلالها على الكثير من الأمور، واستطاع بيل ورفاقه فك الرموز السرية لكمبيوتر الشركة، وبعدها دخلوا إلى برامج الحسابات ولعبوا بالأرقام وخفضوا قيمة فواتير استعمال الكمبيوتر. وعندما اكتشفت الشركة هذا الأمر اتصلوا بالمدرسة التي منعت بيل غيتس ستة أسابيع من استعمال جهاز الكمبيوتر.

استمر شغف بيل غيتس وبول ألن بالكمبيوتر، وكانا في انتظار الفرصة الحقيقية لتحقيق حلمهما الكبير. وفي الرابعة عشرة من عمره كان بيل غيتس لا يفارق الكمبيوتر حتى اجبره أهله على الاهتمام بدراسته، وابتعد بذلك مدة سنة، وبعدها عاد إلى عادته السابقة. وعلى الرغم من ابتعاده كان يوصف بيل غيتس بأنه عبقري الكمبيوتر بين زملائه.

في الرابعة عشرة من عمره كان بيل غيتس لا يفارق الكمبيوتر حتى اجبره أهله على الاهتمام بدراسته

في عام ١٩٧١ حصلت شركة مجموعة مبرمجي ليك ساید للكمبيوتر أول فرصة حقيقية على الرغم من انها لم تكسبهم مالاً وهي كتابة برامج لإدارة شؤون الموظفين لشركة محلية علوم المعلومات (ISI).

استثنى بيل غيتس من العمل مع المجموعة بحجة أن لا ضرورة لوجود الجميع، ولكن بعد مواجهة بعض الصعوبات استدعي بيل لحاجتهم إليه، واستطاع أن يقوم بالعمل بشكل جيد وتسليمه في وقته. بعدها ابتكر بيل غيتس وبول ألن نظاماً لتخفيف زحمة

السير في المدن.

كان ذلك وكان بيل غيتس مازال في المدرسة، ولكن كان لديه شغف لعقد المزيد من الصفقات، فأسس مع صديقه الثاني كنت ايفانس (LOGIC SIMULATION COMPANY). ولتوسيعها دعوا زملاءهم في المدرسة للالتحاق بهم. وفي عام ١٩٧٢ كلفت المدرسة رسمياً بيل غيتس وايفانس كتابة برنامج ينظم الحصص الدراسية في المدرسة. بعدها بأسبوع قتل «كنت ايفانس» في حادث عندما كان يمارس هوايته في تسلق الجبال. اصاب هذا الأمر بيل غيتس بصدمة، ولكنه تابع مع بول الن.

كانت قناعته: "إذا لم أكن الأفضل في الرياضيات فلماذا أتابع في هذا المجال؟"

بعد المدرسة كان متوقعاً من بيل غيتس ان يدخل إلى أفضل جامعة في الولايات المتحدة هارفرد، وهذا ما حصل فعلاً.

وجد بيل غيتس أنه ليس الأفضل في هارفرد في مادة الرياضيات، وكانت قناعته: «إذا لم أكن الأفضل في الرياضيات فلماذا أتابع في هذا المجال؟».

انغمس بيل في عالم الكمبيوتر أكثر فأكثر مع شركة مركز الكمبيوتر، وكان يعمل لساعات طويلة ويبدأ نهاره الساعة ٤ فجراً. وكان له زميل اسمه ستيف بالمر اعجب بغيتس أصبح يقضي معه الساعات الطويلة على جهاز

الكمبيوتر.

نقطة تحول ثانية حدثت لبيل وكانت في شهر ديسمبر (كانون الأول) عام ١٩٧٤ عندما كان بول ألن في طريقه لزيارة بيل غيتس، رأى خلالها نسخة من مجلة Popular Electronics، وكانت على الغلاف صورة لكمبيوتر شخصي اسمه ALTAIR 8800 وأحضرها إلى غيتس، وأدرك أن عصر الكمبيوتر الشخصي سيبدأ وسيكون متوافراً للناس فبدأ بالتفكير في كتابة برامج لكل كمبيوتر.

اتصل الاثنان بالشركة التي صممت الكمبيوتر وكان اسمها MITS وصاحبها ED ROBERTS فطلب منهما برنامجاً «سهلاً» للكمبيوتر، فأنكب الاثنان لمدة ٨ أسابيع وأعطوه برنامجاً بلغة BASIC ويقول ROBERTS: «كان ذلك رائعاً وفعلاً كان هذا الأمر نقطة تحول بالنسبة إلى عالم الكمبيوتر الشخصي، وكان هذا السبب الرئيسي لولادة شركة MICROSOFT والتي انبثقت من MICROCOMPUTER SOFTWARE.

طلب اروبرتس برنامجاً "سهلاً" للكمبيوتر، فأنكب الاثنان لمدة ٨ أسابيع وأعطوه برنامجاً بلغة BASIC

في العام ١٩٧٥ وقع غيتس وألن عقداً مع MITS لكتابة البرامج، ولم يكن لدى غيتس القدرة على فهم أجهزة الكمبيوتر وبرامجها المعقدة، انما كان لديه إلمام بالأمور القانونية.

من اللحظة الأولى لم يحب غيتس وألن صاحب MITS إد

روبرتس والذي كان لديهم معه كثير من الاختلاف في وجهات النظر. كان بيل غيتس عصبياً «خاصة عندما علم أن البعض يقلد برامجه. بدأ ألن وغيتس بحثهما عن مبرمجي كمبيوتر جيدين وكان ألن مازال مع MITS وبيل في الجامعة وبعدها ترك ألن عمله في MITS ليتفرغ لشركة مايكروسوفت التي فتحت أول مكتب لها في الطابق الثامن المكون من ٤ غرف قرب مطار البيكركي.

وفي عام ١٩٧٧ قرر بيل غيتس أن يترك الجامعة نهائياً، وهذا القرار لم يعجب أهله بالطبع. حتى الجامعة لم تصدق أن بيل قد اتخذ هذا القرار، ولكنه كان قد عزم على قراره، لأنه بدأ يمل من الجامعة وكان يريد أن يبقى قريباً من شركة مايكروسوفت. وفعلاً كان هناك لعدة سنوات ليلاً نهاراً، عدا اجازتين قصيرتين.

كان شعار مايكرسوفت: اعمل بكد وجهد، طور في منتجاتك، واربح

أكثر ما كان يريده بيل غيتس هو أن يفسخ عقده مع ادروبرتس وMITS، ووصل الأمر إلى المحكمة وكسبت مايكروسوفت القضية، وصار بإمكانها بيع برامج BASIC بحرية مطلقة، بعدها بدأت الأموال تتدفق كالماء، وباعت مايكروسوفت برنامج BASIC إلى أهم شركات الكمبيوتر كشركة أبل، راديو شاك، NCR، جنرال الكتريك. كما انصب بول ألن ورفاقه على تطوير البرامج، أما غيتس

فكان همه توقيع العقود. ومع NISHI في اليابان وقعت مايكروسوفت عقداً في عام ١٩٧٧ أعطى ملايين الدولارات للطرفين.

عندما علم زوج ميريام أن مديرها عمره ٢١ عاماً، سألها إذا كانت ستقبض راتباً أم لا آخر الشهر

كان شعار مايكرسوفت: اعمل بكد وجهد، طور في منتجاتك، واربح.

ومن المفارقات المضحكة أن الجميع كان يعمل بجد ليلاً نهاراً. الجميع يلبسون الجينز و«التي شيرت». وعندما كان غيتس في رحلة عمل تم تعيين أول سكرتيرة لميكروسوفت ميريام لوبر. وعندما رجع اتصلت بأحد المدربين تشتكي ان ولداً صغيراً جاء إلى مكتب غيتس وعبث بالكمبيوتر. وفتحت فمها مندهشة من أن هذا الولد كان بيل غيتس نفسه (كان بيل يظهر أصغر بكثير من عمره). وعندما علم زوج ميريام أن مديرها عمره ٢١ عاماً. اقترح عليها ان تتأكد إذا كانت ستقبض راتباً أم لا آخر الشهر.

قرر بيل غيتس وآلن أن ينقلا مكاتب الشركة إلى مكان أكبر لاستيعاب العمل المتزايد. وكان بل غيتس قدوة لكل الموظفين في العمل الجاد والمتواصل. كان يحب ما تبيعه الشركة، وكان يعتقد بأن «أية صفقة أفضل من لا صفقة أبداً». كان يأكل البيتزا الباردة ويبقى طوال الليل في المكتب. كان عدد موظفي مايكروسوفت ١٣ عندما

جمعت أول مليون دولار، بعدها انتقلوا إلى سيشل واختار جميع الموظفين أن ينتقلوا مع بيل وآلن.

على الرغم من أن بيل غيتس كان مجتهداً ويعمل بكد، إلا أنه واجه صعوبات جمة في تعامله مع الموظفين. فقد كان غيتس غير صبور ويواجه الاشخاص بسرعة، ووجد الموظفون صعوبة في التعامل معه وارضائه. ومهما كان العمل رائعاً كان بيل يقول يجب أن يطوروه، وكان يصرخ في وجههم إذا أحس بأنهم لا يعطون كل ما لديهم لمايكروسوفت.

واجه بيل غيتس صعوبة في اختيار موظفيه، وحدثت مشكلات عدة معهم، بخاصة عند حساب الساعات الاضافية، وتحديداً مع مارلا وودز السكريترة التي حلت مكان ميريام لوبو.

"كان لسان حاله يقول: "الأفضل أن أتأخر من أن أذهب من دون ربطة عنق"

استعان بعد ذلك بصديقه القديم هارفرد ستيف بالمر كمساعد لرئيس مجلس الإدارة. كان يختلف معه في وجهات النظر، ولكن نقاشهما كان دائماً لمصلحة الشركة. وفي يوليو ١٩٧٩ التحق ستيف سميث كمدير للتسويق، وكان عمر بيل غيتس ٢٣ سنة ولكنه كان يظهر وكأن عمره ١٧ سنة.

عرضت IBM على غيتس وآلن العمل على إنتاج برنامج تشغيل وبرامج لها. وكان لدى IBM الاستعداد

التام لدفع الملايين ليكون انتاجها أفضل. ولكن بيل غيتس لم ينطلق من الصفر لكتابة «دوس» ولم ييأس بعدما فشلت المحاولة مع «آي. بي. ام» انما ذهب إلى شركة كان لديها برامج تشغيل اسمها منتجات ستيل للكمبيوتر واسمه QDOS - 86. اشترت مايكروسوفت حقوق هذا البرنامج بمبلغ ٢٥ ألف دولار. طورته الشركة وصار اسمه MS-DOS وباعته لشركة IBM، وكان هذا جواز سفر مايكروسوفت إلى النجوم.

اكتشف بيل غيتس أنه ذاهب إلى أهم اجتماع في حياته مع IBM، من دون ربطة عنق، فذهب إلى السوق وتأخر عن الاجتماع، وكان لسان حاله يقول: «الأفضل أن أتأخر من أن أذهب من دون ربطة عنق».

فقد غيتس صبره وصار يهدد كل من في الشركة بإنهاء خدماته إذا لم يتم الانتهاء من ويندوز

عندما بدأت العلاقة بين IBM ومايكروسوفت كان لدى «اي بي ام» ٣٤٠ ألف موظف و٣٠٦ مليارات دولار كدخل سنوي، وفي المقابل كانت مايكروسوفت شركة صغيرة تحتوي على ٣٢ موظفاً وربح خفيف، ولكن IBM لم يكن لديها بيل غيتس. توالت التطبيقات، وبدأ بيل غيتس بوضع برنامج معالج الكلمات WORD 1.0 وطوره وكلف الشركة ٣,٥ ملايين دولار للدعاية والتجربة المجانية.

جمع بيل غيتس ٣٠ من أفضل المبرمجين وقضوا عامين، مع عمل ساعات اضافية، في محاولة لاختراع ويندوز. النتائج كانت مخيبة للآمال، ولكن اختراع «الماوس» كان أمراً فعالاً وعملياً في ذلك الوقت. وفقد غيتس صبره وصار يهدد كل من في الشركة بإنهاء خدماته إذا لم يتم الانتهاء من ويندوز، وكان شخصاً «لا يرحم في ذلك الوقت».

في ١٣ مارس ١٩٨٦ دخلت مايكروسوفت سوق الأسهم، وأصبح بول ألن وبيل غيتس من أصحاب الملايين، وأصبح بيل غيتس من أغنى أغنياء أميركا، ولكنه ظل يعيش حياته بالطريقة نفسها. وفي مارس ١٩٨٦ انتقلت مايكروسوفت مرة جديدة إلى مواقع جديدة لتستوعب الـ ١٢٠٠ موظف في بارك لاند.

نجاح بيل غيتس ولد لديه أعداء كثر حاولوا محاربته، وحصلت مشكلات عدة مع شركة «آبل» وصلت إلى المحاكم. ولكنه واصل إنتاج أفضل البرامج والتطبيقات التي تنتجها شركة مايكروسوفت.

هكذا أسس «نستلة» شركته العملاقة

ثورة في عالم الغذاء

تعد شركة نستلة الشركة الأولى في العالم في مجال إنتاج المواد الغذائية والمشروبات فلديها اكثر من ٨٥٠٠ منتج غذائي وتبيعه في أكثر من ١٠٠ دولة في العالم، ويعرفها الرضيع والطفل والكبير والعجوز. وفي هذه الشركة العملاقة اكثر من ٤٨٩ مصنعاً موزعة في القارات الخمس ويعمل لديها أكثر من ٢٢١,١٤٤ عاملاً وموظفاً.

شرارة انطلاقة الشركة كانت مشكلة واجهت جيران رجل مغمور، في سويسرا، حيث أن أحد أطفال الجيران كان يعاني من نقص الغذاء ويرفض حليب أمه، وكانت هذه المشكلة أفضل ما حصل لهذا الرجل، والذي كانت له اليد الطولى في تغيير أساليب التغذية في العالم، ولم يكن يعلم ان حل هذه المشكلة سيغير ما يأكله الناس ويشربونه.

ولد هنري نستلة في سويسرا عام ١٨١٤ بدأ بداية متواضعة جداً ولم يكن يحلم أن يصبح إنساناً ذا وزن وتأثير. درس الكيمياء ثم تمرس في علم الصيدلة وتعلمه

بالممارسة والخبرة، ولم يكن هناك تطور عظيم في هذا المجال آنذاك، وكان محباً للتجارة ودائم البحث عن فرص من خلال مساعدته للآخرين.

في العام ١٨٤٣ جمع بعض المال واشترى مصنعاً صغيراً في منطقة اسمها Vevey في سويسرا يصنع ويبيع من خلاله زيت الجوز والبندق وكان عمره آنذاك ٢٩ عاماً. كان متأثرا كثيراً بموت الأطفال الرضع الذين لا يستطيعون ان يرضعوا من أمهاتهم. لذا حاول كثيراً أن يبتكر بديلاً لحليب الأم من حليب البقر ودقيق القمح والسكر. تعذب كثيراً، بخاصة أن قبول فكرة حليب غير حليب الأم كان يلقى معارضة كبيرة من الناس، إلى أن نجحت احدى محاولاته بتجفيف حليب البقر وخلطه مع دقيق القمح، وكان ذلك عام ١٨٦٧.

تعذب كثيراً، بخاصة أن قبول فكرة حليب غير حليب الأم كان يلقى معارضة كبيرة من الناس

استطاع اكتشافه ان ينقذ طفلاً ولد قبل أوانه، وكانت حالته ميؤوساً منها حسب رأي الأطباء واسمى منتوجه Afrine Lactee Nestle. وقد حقق هذا الاكتشاف اقبالاً غير متوقع، حتى ان المصنع لم يستطع آنذاك ان يلبي جميع الطلبات.

سمى مصنعه Afrine Lactee Nestle، وتم تصميم شعار الشركة على شكل مأوى للطيور نسبة الى معنى اسمه باللغة السويسرية Little Nest، وكان يعني بهذا الشعار،

حسب هنري نستله، الأمان، الأمومة، الحنان، الطبيعة، الغذاء، العائلة والتراث، واستمر الشعار حتى يومنا هذا ولم يتغير.

صرح هنري نستله عام ١٨٦٧ بأن اكتشافه هذا سيكون له مستقبل عظيم وكان على حق. وكانت لشركته معه ومن بعده الريادة في كثير من المجالات، فقد كانت أول شركة تبيع الغذاء للأطفال، وأول شركة تبيع الحليب المركز في أوروبا، وأول شركة تصنع حليبا بالشوكولا، وأول شركة تبيع القهوة المجففة(نيسكافه)، وأول شركة تبيع القهوة المثلجة، وغيرها الكثير.

بعد سنة من انشاء شركته أسس تشارلز بيج، القنصل الأميركي في سويسرا وشقيقه جورج، مصنعا لانتاج الحليب المركز في منطقة اسمها شام في سويسرا، واستخدما اسلوب نستله وأسلوب غيل بوردن مؤسس شركة بوردن للحليب المركز.

صرح هنري نستله عام ١٨٦٧ بأن اكتشافه هذا سيكون له مستقبل عظيم وكان على حق

كانت الشركتان في وضع ممتاز وجيد حتى العام ١٨٧٤. وفي العام ١٨٧٥ كان قد بلغ عمر هنري نستله ما يزيد على ٦١عاما، وفضل عدم الاستمرار والتقاعد، فقرر أن يبيع شركة نستله لشخص اسمه جول مونيرا. مقابل مليون فرنك

سويسري، وكان هذا المبلغ ثروة طائلة في تلك الأيام.

دخل مالك شركة نستله الجديد، جول مونيرا، في معركة تنافسية حامية الوطيس مع شركة تشارلز بيج، استمرت حتى العام١٩٠٥، أي امتدت حوالي ٣٠ عاما، وقرر من بعدها المسؤولون عن الشركتين دمجها تحت اسم «نستله». وفي العام ١٩٠٦ بدأت شركة نستله ببيع الشوكولاته.

مع نهاية الحرب العالمية الأولى وجدت شركة نستله نفسها في أزمة حقيقية

انتشرت المواد الغذائية والمشروبات المجففة بشكل كبير في العالم مع بداية القرن العشرين، وفي العام ١٩٠٧ بدأت شركةنستله بشكل كامل بتصنيع وبيع منتجاتها في استراليا، وبنت المخازن في سنغافورة، هونغ كونغ وبومباي لتغطية احتياجات السوق الآسيوية.

واجهت شركة نستله صعوبات جمة في الحرب العالمية الأولى عام ١٩١٤ لعدم توافر مصادر الحليب والمواد الأولية، لذا، قررت التوسع للوصول الى أسواق لم تتأثر بالحرب كثيرا كالولايات المتحدة، وبنت المصانع الكبيرة، وبلغت آنذاك ٤٠ مصنعا، وتضاعف حجم انتاجها. ولكن مع نهاية الحرب العالمية الأولى وجدت شركة نستله نفسها في أزمة حقيقية، لأن الذين كانوا يشترون الحليب المجفف أيام الحرب عادوا واعتمدوا على الحليب الطازج والحليب

الذي كان له قيمةأكبر أيام الحرب والملاجىء ، والذي يحفظ لفترة طويلة ويحضر سريعا فقد قيمته. وسجلت شركة نستله أول خسارة لها عام ١٩٢١.

سجلت شركة نستله أول خسارة لها عام ١٩٢١

زاد الأمور سوءاً ارتفاع اسعار المواد الأولية، والركود الاقتصادي بعد الحرب والتدهور في العملات. ولانقاذ الوضع كانت ردة فعل ادارة نستلة سريعة جداً، وجلبت الخبير المصرفي السويسري لويس دابلز لاعادة تنظيم الشركة، وتحسنت الأمور بوجوده، واستطاع ان يخفض ديون الشركة بشكل كبير.

وفي العام ١٩٢٩ اشترت نستلة شركة كيلر، التي كانت أول شركة طرحت ألواح الشوكولاتة بكميات كبيرة، وشركة سويس جنرال أول شركة تبتكر الشوكولا بالحليب وصاحبها كان دانيال بيتر الذي كان صديقاً وجارا لهنري نستلة. وقد تم دمج هذه الشركة تحت راية نستلة لاحقاً.

وسعت نستلة دائرة خط منتوجاتها. وفي العام ١٩٢٠ طرحت شراب «ميلو» الغذائي. وفي العام ١٩٣٨ طرحت أشهر قهوة في العالم «نيسكافه». فبعد مفاوضات بين لويس دابلز ومعهد القهوة البرازيلية، والتي بدأت عام

١٩٣٠، وكان الهدف منها ابتكار منتجات جديدة تساعد على التخلص من الأبحاث والتجارب، تم طرح قهوة نيسكافه التي أحدثت ثورة في شرب القهوة حول العالم.

وبنجاح فكرة الدمج مع شركات عدة، ركزت نستلة على هذا الأمر، وكانت فلسفتها نابعة من أن في الاتحاد قوة، وان قوة شركتين ناجحتين تعتبر أفضل من التنافس والتحارب. لذا اندمجت شركة نستلة مع طحان سويسري اسمه جوليوس ماجي الذي اخترع الحساء المجفف سهل التحضير والهضم، وضمته تحت لوائها.

عادت نستلة إلى المعاناة في الحرب العالمية الثانية وانخفضت الأرباح من ٢٠ مليوناً في العام ١٩٣٨ إلى ٦ ملايين عام ١٩٣٩، بعدما انعزلت سويسرا خلال الحرب. لكن فترة ما بعد الحرب، كانت بداية مرحلة ديناميكية وتقدم لنستلة، لأنها أضافت منتجات جديدة ومختلفة، وفتحت بذلك أسواقاً جديدة. وكانت قهوة نيسكافه من أنجح منتجاتها وأكثرها استهلاكاً.

اندمجت شركة نستلة مع طحان سويسري اسمه جوليوس ماجي الذي اخترع الحساء المجفف سهل التحضير

يبلغ عدد منتجات نستلة حالياً أكثر من ٨٥٠٠ منتج من أشهرها وأهمها: نيسكافه ريكوري، ركوفي، مياه بيريه Perrier، سانتا ماريا، نيسكويك، ميلو، كارنيشين، كارو، سيريلاك، نيدو، نيسبراي، حليب نستلة

Coffeemate، نان، لاكتوجين، ماجي Maggi، عصير ليبس Libby's، معكرونة بيتوني Buitoni، فريسكو، كرانش Crunch، كيت كات Kit Kat، بولو Polo وأخيراً وليس آخر لوريال للماكياج L'Oreal.

تثبت شركة نستلة يوماً بعد يوم، وبعد أكثر من ١٣٠ عاماً ولادة فكرة مميزة لمعت في رأس هنري نستلة.

ان كل شيء يبدأ بفكرة. وعلى الرغم من الأزمات الكثيرة التي مرت بها الشركة والتوسعات التي كانت تحتوي على مخاطرة كبيرة، صمدت ومازالت تتصدر قائمة الشركات العالمية في مجالات عدة، وكانت بحق مربية أجيال المستقبل من الناحية الغذائية.

بداية صعبة ومتواضعة منذ أربعة عقود

٦٠٠ دولار أنتجت مليارات

تعتبر شركة Nike الشركة الأولى في العالم في مجال تصنيع وتسويق الأدوات والالبسة والأحذية الرياضية، فهي تشغل ٤٣ في المئة من السوق الأميركية حيث يوجد لديها أكثر من ٢٠٠٠٠ متجر في الولايات المتحدة وموزعون في أكثر من ١١٠ دولة، ولا توجد رياضة في العالم لم تدخل الشركة في صلبها مستهدفة جميع الأعمار وجميع الألعاب.

وعلى الرغم من نجاح هذه الشركة الساحق واجتياحها لغالبية أسواق العالم: ألا أن مؤسسيها فيليب نايت وشريكه بيل باورمان لم يحلما أبداً في أن يصل ما فكرا فيه العام ١٩٥٧ إلى ما وصل إليه الآن، وذلك بسبب البداية الصعبة والمتواضعة، إضافة إلى المعاناة المادية والمعنوية. فلنقرأ معاً كيف أسس فيل نايت وبيل باورمان هذه الشركة؟ وكيف تطورت؟

ولد فيليب نايت العام ١٩٣٨ إبان الحرب العالمية الثانية في ولاية أوريغون في الولايات المتحدة وسط عائلة

متواضعة، وكان يحب الركض كثيراً وعداء طموحاً. تعرف من خلال هوايته هذه إلى مدرب الركض بيل باورمان في جامعة اوريغون، حيث كان يدرس إدارة الأعمال، وعمره آنذاك ١٩ عاماً.

كان مقرباً من مدربه بيل باورمان ويتناقش معه دائماً في سبل تطوير أحذية الركض، حيث أنه ليس هناك حذاء أميركي للركض من نوعية ممتازة ومريحة.

ونزولاً عند رغبته واصراره حاول مدربه بيل باورمان تصميم حذاء عالي الجودة بمعاونة تلميذه فيل ناي، وأرسلا التصاميم إلى عدد من مصنعي الأدوات والأحذية الرياضية. إلا أن جميع التصاميم رفضت ولم يتم قبول أي منها. وبعد صبر طويل ومعاناة. قرر باورمان ونايت أن يصنعا هذا، وأن تنفذ تصاميم باورمان عن طريقهما، فكان هذا القرار من حسن حظ الرياضة في العالم.

كان رأسمال الشركة ٦٠٠ دولار أميركي دفع كل منهما ٣٠٠ دولار كعربون لشراء أول ٣٠٠ حذاء

في العام ١٩٦٤ اسس نايت شركة لبيع وتوزيع الأحذية الرياضية وأسماها Blue Ribbon Sports وكان رأسمال الشركة ٦٠٠ دولار أميركي دفع كل منهما ٣٠٠ دولار كعربون لشراء أول ٣٠٠ حذاء من شركة «أونيت سوكا تايغر» اليابانية.

وقد استعمل الاثنان الجزء الأسفل من مبنى منزل والد فيل

نايت، وكانا يبيعان الأحذية في الطرقات ومحطات القطار. وبعد سنة من العمل وحيدين، أنضم جيف جفرسون إلى الشركة، واعتبر أول موظف بدوام كامل.

كانت هذه المرحلة صعبة جداً ومتعبة، وعانى الاثنان كثيراً، ودام الأمر ٤ سنوات إلى أن استطاعا أن يفتتحا أخيراً شركة «NIKE». وقد تم اختيار هذه الاسم نسبة إلى اسم «آلهة النصر» عند الأغريق، وتم تصميم شعار من قبل فتاة جامعية تدعى كارولين دافيدسون، والتي تقاضت مبلغ ٣٥ دولار فقط، مقابل تصميمها، وهو شعار SWOOSH.

تعني كلمة NIKE «آلهة النصر» عند الاغريق

في العام ١٩٧٢ توقفت الشركة عن توزيع أحذية الشركة اليابانية لخلافات على حقوق التوزيع. وفي السنة نفسها كانت تجرى التحضيرات الأولية للأولمبياد في أوجين. أوريغون، واستطاع نايت وباورمان اقناع بعض العدائين في الماراثون بأن يرتدوا احذية NIKE.

وبعد انتهاء السباق أعلن الشريكان ان ٤ من أصل السبعة الأوائل كانوا يرتدون أحذية «NIKE»، وكان ذلك بالطبع مرحلة مهمة ونقطة تحول في تاريخ وسمعة الشركة الأمر الذي جعلها في سباق مع الزمن للتطور والتوسع.

في العام ١٩٧٥ واصل باورمان محاولاته لابتكار حذاء

مميز وعالي الجودة والمتانة، فقام بتجربة نعل للحذاء مكون من قطعة مطاطية ملتصقة بقطعة حديد رقيقة، وكانت النتيجة حذاء مميزاً وجديداً.

وتتالت الموديلات والابتكارات، بخاصة أن رياضة الركض في فترة السبعينات كان تحظى بشعبية كبرى واقبال شديد.

ولزيادة التواصل مع الجمهور وكسب وتنشئة الأبطال، اسست الشركة العام ١٩٧٧ نادي «Athletics West»، والذي كان عبارة عن ناد تتدرب فيه النخبة للتحضير للمنافسات الأولمبية، وبعدها بعام وقع جون ماكنرو لاعب التنس الشهير عقداً مع الشركة لترويج بضاعتها.

في ظل المنافسة كان الحل الوحيد لشركة "NIKE" هو التفتيش عن أساليب تجعل أحذيتها مع كل رياضي

خفت الحماسة في بداية الثمانينات تجاه رياضة الركض، ما أعطى المجال لمنافس الشركة الرئيس، وهي شركة «Reebok» للتركيز على خط الـ «Aerobic». وفي ظل المنافسة الشديدة كان الحل الوحيد لشركة «NIKE» هو الابتكار والتفتيش عن أساليب تجعل أحذيتها مع كل رياضي. لذلك، طرحت موديل «AIR JORDAN» نسبة إلى لاعب كرة السلة الشهير مايكل جوردان.

طرح فيل نايت العام ١٩٨٨ شعاراً جديداً للشركة وهو

«Just Do it» وأصبح هذا الشعار الحماسي جزءاً مهماً من الرياضة في العالم.

وتقال هذه الجملة لكل رياضي لتحفيزه وحثه على الفوز.

طرح فيل نايت العام ١٩٨٨ شعاراً جديداً هو "Just Do it"

بعد ذلك بسنة وقعت الشركة مع اندريه أغاسي عقداً للترويج، ثم طرحت أحذية الماء العام ١٩٩٠، وغيرها الكثير من الابتكارات التي ساعدت على تطور الرياضة وبالتالي تطور أداء الرياضيين بشكل عام.

توالت انجازات الشركة عبر ممثليها من الرياضيين، والذين يروجون لمنتجاتها في مختلف الملاعب الرياضية. تأثرت سلبياً بعد اعتزال مايكل جوردان، والذي يعتبر رمزاً لها غير أن عودته المفاجئة عن الاعتزال والانضمام مجدداً إلى NBA أعطيا الشركة دفعة ممتازة العام ١٩٩٥.

وكان روماريو لاعب الكرة البرازيلي واحداً من ١٠ لاعبي كرة قدم يرتدون ملابس وأحذية NIKE وشعارها المميز.

كان للمبدعان فيل نايت وبيل باورمان فلسفة مختلفة، وكانا يؤمنان بالدعاية الدائمة، ولو تم دفع المبالغ الطائلة، لأن الدعاية في نظرهما هي أفضل استثمار.

ومما كان يقوله فيل نايت: «نحن حريصون على أن

يكون الحذاء بالمستوى نفسه بغض النظر عما إذا كان الذي سيرتديه مايكل جوردان أو أي مواطن عادي».

ومما كان يردده بيل باورمان دائماً: «يصطاد النمر بشكل أفضل عندما يكون جائعاً».

مبدعان أثريا الرياضة، وتطورت الانجازات والأرقام في ظل ابتكاراتهما، والتي بدأت بمبلغ أقل من ٣٠٠ دولار من كل منهما وتطور دخلها، وأصبح يقدر الآن بمليارات الدولارات، وشعارعلى كل شفة ولسان «Just Do it».

من ورق التواليت إلى عالم الهواتف والاتصالات

تعتبر شركة «نوكيا» من أهم شركات الهاتف المتحركة في العالم، وترتيبها الثالث على العالم. ولكن هل تصدق، عزيزي القارئ. أن نشاط هذه الشركة لسنوات طويلة كان بيع ورق التواليت وأنها، في نقلة نوعية، استطاعت ان تدخل مجال الاتصالات بقوة وتحتل مكانة مرموقة، تمكنت من خلالها من انشاء مصانع في ١٢ دولة، وتبيع منتجاتها في ١٣٠ دولة في العالم، وذلك بعد اتحاد شركات ثلاث، كانت نواة شركة نوكيا، واصبحت تسمى «مجموعة شركات نوكيا».

تنقسم عمليات الشركة إلى ٣ نشاطات مختلفة: أجهزة الاتصالات وأنظمتها، أجهزة الهواتف النقالة، وأجهزة الحاسب الآلي ومتفرعاته وتتميز نوكيا بأجهزتها الرقمية عالية الجودة، والتي تطورت بشكل مذهل في فترة قصيرة

جدا، والسبب في ذلك تكاثر المنافسين، ما أدى الى ابتكارات بسرعة تفوق الوصف اسهمت خلالها نوكيا في رفع كفاءة الأجهزة النقالة بشكل كبير. وأكثر الشركات تنافساً معها هي شركات اريكسون ومتورولا.

كان في كل اربعة من الموظفين واحد يعمل في الأبحاث والدراسات والتطوير

وتركز نوكيا على الأبحاث والتطوير. ويقال إن كل ٤ من موظفيها واحد منهم يعمل في الأبحاث والدراسات والتطوير، ما يؤكد أهمية هذا الموضوع لشركة نوكيا.

مؤسس هذه الشركة العريقة شخص فنلندي كان يعمل مهندساً ويدعى فريديريك ايدستام. عمل في مصنع لانتاج الورق وتصنيع الخشب، ثم اسس مكاناً متواضعاً له في المجال نفسه على نهر «نوكيا» في فنلندا. وعلى الرغم من أن الشركة بدأت تحقق تقدماً بطيئاً ثم ازدهرت اعمالها، إلا انها لم تعرف النجاح سوى بعد العام ١٩٦٠ عندما بدأت بتنويع نشاطاتها وتوسيع مجال اعمالها. وقد اتجه مؤسسها الى هذا المجال بعدما كان في ألمانيا يدرس الهندسة في المناجم والتنقيب. وبينما كان يزور مصنعاً محلياً لاحظ وجود آلية جديدة في تلك الايام تحول الخشب إلى لب يساعد في صناعة الورق. وبمجرد ملاحظته لحجم العمل الكبير في المصنع

توقع أن يكون لهذا المجال شأن كبير في المستقبل. ولم يكد يصل الى فنلندا حتى أوصى على هذه الآلة وفتح مصنعه الذي تكلمنا عنه. وأصبح مصنع ايدستام (نوكيا) لاحقا اهم مصنع ورق تواليت في أوروبا.

في هذه الأثناء، وبالتحديد عام ١٨٩٨، تم افتتاح مصنع «The Finnish Rubber Works» وكان مصنعاً للضبانات المطاطية للأحذية. وقد كانت هذه الشركة جارة شركة ايدستام. وتم اختيار الموقع بعدما مر مديران من شركة المطاط في المكان الذي تقع فيه شركة نوكيا فاعجبا به وقررا فتح المصنع في هذه المنطقة، بخاصة انها كانت مزودة بالطاقة الكهربائية الهيدروليكية، وكان ذلك نادراً في ذلك الوقت.

بعد صناعة الضبانات، بدأت الشركة بتصنيع الأحذية المطاطية ودواليب السيارات وكل ما يدخل في صناعة المطاط من لوازم سيارات، قرطاسية، معاطف وكرات، إلخ.

بعد صناعة الضبانات بدأت الشركة بتصنيع الأحذية المطاطية ودواليب السيارات

فتحت في هذه الاثناء شركة Finnish Cable Works في هلسنكي العام ١٩١٢، وبدأ حينها الطلب على الكابلات بعد اكتشاف الكهرباء ومن بعدها التلغراف. والهاتف. مما دفع الشركة للنمو بسرعة

بعدما بدأت بعدد ضئيل من الموظفين.

واشترت شركة Finnish Rubber Works غالبية اسهم شركة Finnish Cable Works . ثم اتحدت الشركات الثلاث لتأسيس مجموعة شركات نوكيا وكان ذلك عام ١٩٦٧ وقد تم الاتفاق على ان يكون بيورن ويسترلند رئيس Finnish Cable Works رئيساً للمجموعة.

كان ويسترلند شخصا طموحا جدا ايضاً، وكان قبل عملية الدمج قد اسس من خلال شركته قسما للالكترونيات، واتخذ من اجهزة الاتصال مشروعاً لعمله في هذا القسم.

من أفضل استراتيجيات نوكيا اقامة علاقة ممتازة مع الجامعات والمدارس لإيمانها بالنشء الجديد

وبهذا وضعت شركة Finnish Cable Works الشعار الرئيسي لصناعة مهمة كان المستقبل يخفيها. وبدأت الابحاث المضنية والمعقدة لتطوير هذه الأجهزة، وبدأ حينها استعمال اساليب PCM وهي اختصار لكلمة Pulse Code Modulation وهو اسلوب موجة الاتصال النابضة، وكانت نوكيا اول شركة تطرح هذه الاجهزة على مستوى عال.

فتحت هذه الصناعة آفاقاً مهمة لمجموعة شركات نوكيا وكان عام ١٩٧٠ بداية انطلاقها عالمياً في مجال اجهزة

الاتصال، فانطلقت إلى الاتحاد السوفييتي، في ذلك الحين، وبعدها إلى العالم. وكان أهم زبائنها شركات الغاز والبترول وسكك الحديد، ومن بعدها المؤسسات العسكرية، بخاصة من ناحية الراديو النقال في الموجات.

من أفضل استراتيجيات نوكيا اقامة علاقة ممتازة مع الجامعات والمدارس لإيمانها بأن النشء الجديد يملك من الحس والأفكار والمخيلة اكثر من اي شيء آخر، فكانت تشجعهم على العمل معها في أوقات الصيف والعطلات، وتوظف الخريجين الذين لديهم الاستعداد للابتكار والتطور.

من أهم ما حققته نوكيا بعد بداية السبعينات هو ريادتها في تصميم هواتف رقمية (Digital)

من أهم ما حققته نوكيا بعد بداية السبعينات هو ريادتها في تصميم هواتف رقمية (Digital) وكان أول هاتف يحمل اسم Nokia DX ٢٠٠. ويعود الفضل في تطور نوكيا الى الظروف التي كانت تحيط بها، والأسباب تعود الى ان فنلندا كانت البلد الوحيد الذي كان يشجع التنافس في مجال الصناعة ويدعمها بكل السبل المتاحة.

وخلال الثمانينات احتلت نوكيا مكانة مهمة على خارطة الصناعة العالمية، واحتلت المركز الثالث في اوروبا العام ١٩٨٨ في مجال صناعة التلفزيون.

اختلف الوضع في التسعينات وواجهت نوكيا الكثير من

الصعوبات بسبب الركود الاقتصادي، وكانت أجهزة الهاتف المتحرك اهم عمود يدعم الشركة خلال هذه الصعوبات، لكنها استطاعت الاستمرار في أحلك الظروف.

شعار نوكيا ينبع من «ربط الناس ببعضهم بعضاً». وقد حققت مبيعات بلغت ٥٢,٦ مليار مارك فنلندي عام ١٩٩٧. ونظام نوكيا GSM يباع في ٧٢ شركة اتصالات في ٣٦ دولة، ولديها ٤ مراكز متخصصة للأبحاث والتطوير في ٤ قارات ويعمل لديها اكثر من ٣٨٠٠٠ موظف.

فكرة بسيطة وطموح عظيم واتحاد قوي بين شركات ثلاث حولت نوكيا من مصنع صغير لورق التواليت إلى شركة عملاقة لها باع طويل وفضل كبير في ربط الناس ببعضهم بعضاً في لحظات.

شراب شكّل بديلاً لدواء عسر الهضم

صيدلي يغزو عالم المرطبات

من منا لم يتذوق طعم بيبسي، هذا الشراب المرطب الذي دخل إلى أفواه الملايين ولم يترك زاوية من دون أن يغزوها في ١٩٥ دولة في مختلف أنحاء كوكب الأرض.

يعمل لدى شركة بيبسي العالمية حوالي نصف مليون شخص في مصانعها والمطاعم التي تملكها.

فكرة بسيطة انطلقت من رأس صيدلي كان يحاول أن يركب دواء لمعالجة سوء الهضم، وإذا به يكتشف شراباً لذيذاً ومرطباً غير من نمط الأكل والشرب في العالم، وصار يطلبه الصغير قبل الكبير.

كيف توصل كاليب برادهام إلى هذا الاكتشاف؟

ولد كاليب برادهام عام ١٨٧٦ في نيوبرن في الولايات المتحدة الأمريكية. اضطر إلى ترك الجامعة قبل أن يتخرج من جامعة ميريلاند الطبية عندما أفلس والده وفشلت

تجارته. وليكسب قوت يومه، تحول كاليب برادهام إلى التعليم ودرس في مدرسة أوكس سميث في نيوبرن إلى أن تزوج من سارة شاريتي كريدل.

بعدما ترك التدريس عمل في صيدلية بولوك، والتي اشتراها بعدما أصبح متمكناً من علم الصيدلة.

بدأ من خلال عمله في الصيدلية مزج الوصفات الطبية والشرابات الطبية، ووظف خلال عمله مساعداً له ليستطيع التفرج إلى مزج خلطة من شراب بنكهة الفواكه مع ماء الصودا.

وفي يوم صيف حار ورطب سنة ١٨٩٨ في نيوبرن اكتشف كاليب برادهام، والبالغ من العمر ٢٢ سنة، شراباً لذيذاً ومرطباً يقدمه إلى زبائن الصيدلية. لينجح هذا الشراب المرطب نجاحاً غير متوقع، ويعرف باسم «بيبسي كولا».

اضطر إلى ترك الجامعة قبل أن يتخرج من جامعة ميريلاند الطبية عندما أفلس والده

كان كاليب برادهام على يقين أن الناس سيأتون إلى صيدليته إذا قدم لهم شيئاً يحبونه وينعشهم في أيام الحر. وكانت خلطته اللذيذة مكونة من مستخلص نبتة الكولا، الفانيليا، وزيوت نادرة. وعرف هذا الشراب باسم «شراب براد» نسبة إلى برادهام.

قرر كاليب برادهام أن يسمي شرابه المميز باسم بيبسي

كولا لأنه كان في رأيه يعالج مرض سوء الهضم، والذي يعرف بـ Dyspepsia.

حظي شراب بيبسي بشعبية عارمة، ما دفع كاليب برادهام إلى الإعلان عن هذا الشراب الغازي والمرطب. وتدافع الناس على طلبه وبدأت المبيعات بالارتفاع إلى درجة اقتنع معها كاليب برادهام بأن يفتح شركة لتسويق شرابه المميز.

كانت دعايته تقول: «منعش، مقو، ومهضم»

أسس عام ١٩٠٢ شركة «بيبسي كولا» من الغرفة الخلفية في صيدليته، وتقدم ببراءة اختراع ليسجل اختراعه كماركة مسجلة. في البداية، كان يخلط الشراب ويبيعه من خلال ماكينات مياه الصودا. ولكن، بما أن الحاجة هي أم الاختراع قرر كاليب برادهام أن يبيع «بيبسي» في قوارير صغيرة ليستطيع أن يشربها أي كان وفي أي مكان.

تطور العمل بشكل كبير، وفي ١٦ يونيو ١٩٠٣ حصلت البيبسي كولا على ماركتها المسجلة من مكتب تسجيل الماركات والعلامات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية. وخلال السنة نفسها باع كاليب برادهام ٧٩٦٨ جالوناً من بيبسي، وكانت دعايته تقول: «منعش، مقو، ومهضم»، ثم بدأ ببيع حقوق امتياز لتعبئة بيبسي في العلب المعدنية والزجاجات، وارتفع العدد من ٢ عام ١٩٠٥ إلى

١٥ في العام ١٩٠٦ وإلى ٤٠ في عام ١٩٠٧، ومع نهاية العام ١٩١٠ أصبح لدى بيبسي كولا فروع في ٢٤ ولاية.

بعد ١٧ عاماً من النجاح جاءت الحرب العالمية الأولى وانتكست بيبسي متأثرة بما يجري حولها

وكان هذا الانجاز من أهم ما فعله كاليب برادهام، وزادت مبيعات شركته على ١٠٠٠٠٠ جالون من الشراب في السنة.

بلغ نجاح بيبسي كولا ذروته العام ١٩٠٩ حيث افتتح كاليب برادهام مقراً جديداً ورائعاً افتخرت به مدينة نيوبرن، ووضعته على البطاقات البريدية للمدينة. وقبل سنة (عام ١٩٠٨) اعتبرت شركته من أوائل من تحولوا من العربات إلى السيارات في نقل بضاعتهم.

أصبح كاليب برادهام صاحب شعبية كبيرة بفضل ما قدمه وبفضل حسه التجاري المرهف. وتم ترشيحه لمنصب حاكم في ولايته، واستمرت شركته في النجاح. وهكذا فإن بيبسي كولا، حلقت عالياً وبنجاح كبير لمدة ١٧ سنة، لم تعرف الفشل، وكان شعار بيبسي الناجح الذي طرحه كاليب برادهام: «اشرب بيبسي كولا، فهي حتماً سترضيك».

بعد ١٧ عاماً من النجاح جاءت الحرب العالمية الأولى وانتكست بيبسي متأثرة بما يجري حولها، وتقلبت أسعار السكر بشكل خطير ما أثر في إنتاج بيبسي كولا. وكان

كاليب برادهام مجبراً على المخاطرة ببعض الصفات حتى يستطيع الاستمرار، إلى أن اضطر في النهاية، وبعد ٣ سنوات مرهقة، أن يعلن إفلاسه، بعدما خزّن السكر بكميات هائلة وهبط سعره بشكل مفاجيء عشرات المرات، وكان ذلك من سوء حظ كاليب برادهام، ولم يبق من مصانع بيبسي سوى اثنين (عام ١٩٢١).

عاد كاليب برادهام إلى صيدليته ووضع اسم بيبسي برسم البيع. وبالفعل باعه إلى روي ميغار غل، والذي تعاقب بعده أربعة مالكين للاسم فشلوا جميعاً في إيصال بيبسي إلى بر الأمان وإلى التحليق عالياً، إلى أن جاء مصنع شوكولاته ناجح يدعى «تشارلز غوث». وكان هذا الشخص بمثابة المنقذ لبيبسي، حيث استفادت الشركة من خبرته ومن أفكاره.

عاد كاليب برادهام إلى صيدليته ووضع اسم بيبسي برسم البيع

وبعد ١٥ سنة من الفشل من تاريخ إفلاس كاليب برادهام (والذي توفي عن عمر يناهز الثامنة والخمسين، أي بعد حوالي ١٠ سنوات من تاريخ إفلاسه) وقفت الشركة على رجليها مرة ثانية. وخلال الحرب العالمية الثانية عادت الشركة إلى الوراء وعانت من الركود والوضع الاقتصادي المتأزم، وكان الناس لا يدفعون ٥ سنتات مقابل مشروب مرطب، إلى أن

ضاعف «روث» حجم بيبسي مقابل السعر نفسه منافساً بذلك شركات المرطبات الأخرى.

عادت بيبسي للإقلاع من جديد بعد الحرب العالمية الثانية بأفكار جديدة وشعارات جديدة وإعلانات متميزة منها أغنية الدعاية الشهيرة Nickel, Nickel.

تعتبر بيبسي العالمية من أفضل الشركات في العالم وترتيبها ٢١ في الشركات الخمسمائة الأولى في الولايات المتحدة وتملك بيبسي مطاعم بيتزاهت، كنتاكي، فرايد تشيكن، وسلسلة مطاعم تاكو بل.

فكرة بسيطة ورغبة متواضعة اكتشفتا شراباً أسود اللون وصل إلى كل زاوية من الكرة الأرضية، وطافت مياهه السوداء بكميات تستطيع أن تملأ الأنهار، وآخر شعار لبيبسي بالعربية هو «يلا شباب يلا نبيبسي».

آرثر جونز

ثورة في النوادي الرياضية

مشكلة اللياقة البدنية وتخسيس الوزن والشعور بالحيوية والنشاط كانت ومازالت الهاجس الرئيس لملايين البشر في انحاء العالم شتى. كثير من الاشخاص حاولوا اختراع معدات رياضية فعالة تساعد على اكتساب اللياقة البدنية بسرعة وسهولة كما تساعد على اكتساب الحيوية والنشاط من دون بذل جهد كبير، إلا أن واحداً منهم تألق واشتهر واستطاع الوصول بآلته الى مناطق بعيدة، حتى من احلامه.

مخترع معدات Nautilus، والتي اجتاحت نوادي العالم بمتانتها وقوتها وفعاليتها، يدعى آرثر جونز وكانت بدايته متواضعة كجميع الذين كتبنا عنهم.

ولد آرثر جونز في المناطق الريفية لولاية اركنساس العام ١٩٢٣، ولكن عائلته انتقلت بعد ولادته الى تواسا في ولاية اوكلاهوما. كان شخصاً انطوائياً في طفولته ويتجنب الكلام عن طفولته بشكل عام وعن والدته بشكل خاص. ومن الأسباب ربما أنه تربى وسط عائلة ألمانية بعدما استغنت

عنه عائلته منذ صغره. ما أثر في نفسه أبلغ الأثر وهو كان يتهرب تماما من هذه الاسئلة خلال مقابلاته مع الصحافة في مرحلة لاحقة من حياته.

عائلته مكونة من أطباء ابا عن جد، وهو يتحدث باحترام كبير عن والده على الرغم من انه كان يشعر منذ صغره بعدم الامان والتوق الى الرفض والنقص في الحب والعطف. ما أثر في أفكاره وشخصيته.

لم يكن آرثر جونز مهتماً بالدراسة. لذلك، ترك المدرسة قبل ان يصل الى الثانوية العامة

لم يكن آرثر جونز مهتماً بالدراسة. لذلك، ترك المدرسة منذ الصف التاسع ولم يصل الى الثانوية العامة. وعندما سئل لاحقا عن هذه المرحلة، في مجلة «يوأس توداي» عام ١٩٨٣، اجاب: «لقد قرأت كتباً عندما كنت في العاشرة من عمري اكثر مما يقرأ الكثيرون في حياتهم كلها. قرأت كل الكتب التي وقعت في يدي، بخاصة من مكتبة والدي والمكاتب العامة التي كنت أقضي فيها معظم وقتي».

شكلت القراءة هاجساً اساسياً لآرثر جونز، والذي كان يعتبر لينكولن وروزفلت، مثله الأعلى، ولقد كان بين القراء النهمين الذين صقلوا انفسهم بالقراءة والتعلم من الآخرين، وكان شغوفاً بالطيران، الأفاعي، السفر والجنس اللطيف. لذلك تزوج ٥ مرات من مراهقات وطلقهن

جميعهن قبل ان يبلغن الثلاثين، وكان ذلك ربما كانتقام غير مباشر من والدته.

كان يبحث عن هدف لحياته ولم يكن سعيداً في بدايتها، فقد هرب من المنزل عندما كان في الثامنة ليبحث عن الحقيقة وعن هويته وعن الحب والعطف والاهتمام.

عاش كثيراً مع احلامه، التي شكلت له مأواه وراحته. وكان دائم الهروب. وقد عمل في محطات السكك الحديدية عندما كان في الرابعة عشرة من عمره. ولم تكن هذه البداية في زمن الركود الاقتصادي بداية مشجعة. يقول عن هذه الفترة: «لقد غسلت الصحون، وطبخت ونظفت المراحيض». وعندما اصبح في التاسعة عشرة من عمره انضم الى البحرية وتعلم قيادة الطائرات وتعلق بها وبدأ يرى الواقع بشكل افضل.

كان يبحث عن هدف لحياته ولم يكن سعيداً في بدايتها، فقد هرب من المنزل عندما كان في الثامنة

تعلق برفع الاثقال وكان هاجسه تصميم آلة مميزة. وقد نفذ أول نموذج فاشل عام ١٩٤٨. لم يكن همه المال بقدر ما كان همه خلق فرصة عمل ومعدات رياضية مفيدة للبشر.

صمم آرثر نماذج مختلفة لآلته، وكان عملاً مجهداً ومتعباً استغرق منه الكثير من التجارب والجهد، حتى أن تجاربه كانت في افريقيا حيث كان يجري تصوير لمجلة «ناشيونال

جيوغرافيك». ويقول عن ذلك: «لقد جربتها ولم تعمل، وكانت فشلاً ذريعاً. ولكن في كل مرة كنت اكتشف لماذا لم تعمل الى ان وصلت الى النموذج الأمثل بعد عمل مضن ليل نهار في أفريقيا». ولحسن حظه تم طرده من جزيرة رودس وكان عمره آنذاك ٤٥ عاماً، وحالته المادية حينها سيئة جداً، حيث ان كل ما جمعه وعمل له اختفى في لحظة. ووجد نفسه في فلوريدا معدما فقيرا ومن دون عمل أو أدنى فكرة عن كيف سيأكل ليعيش.

ووصل الى فلوريدا خالي اليدين، ولكن تصميم آلة Nautilus مازال في رأسه، فاقترض من اخته ٢٥٠٠ دولار، وكانت معه بطاقة اعتماد منتهية ساعدته في ارسال نموذج آلته الى معرض في لوس انجلوس لرفع الاثقال عام ١٩٧٠.

ووصل الى فلوريدا خالي اليدين، فاقترض من اخته ٢٥٠٠ دولار

لم تكن لدى آرثر اية خطة لتسويق آلته، وكان معتمداً على عرض نموذجه في المعرض، وربما يستطيع ان يبيع الفكرة لأحد المصانع. لكن امله خاب كليا لأنه لم يجد احداً مهتما أو مكترثاً لما يبيعه، فسبب ذلك له خيبة امل كبيرة لم يتوقعها، فانقلبت حماسته الى خيبة أمل مريرة.

حاول مرة اخرى فحصل على بعض الطلبات التي

ساعدته على الحصول على بعض المال ليستطيع ان يفتح شركة استطاع من خلالها الوصول الى معظم دول العالم. وقد اثبتت الايام ان آرثر جونز كان يمتلك حساً تسويقياً يفوق حسه الإبداعي.

كان ثورياً في طرقه التسويقية ويكره التقليديين والذين لا يفكرون أبعد من انوفهم، وقد سعى من خلال آلته الى تثقيف الناس وجعلهم يستعملون الآلة كجزء من حياتهم.

كان ثورياً في طرقه التسويقية ويكره التقليديين والذين لا يفكرون أبعد من انوفهم

باع آرثر جونز آلته الى كنساس سيتي وبوسطن رد سوكس. وخلال فترة وجيزة استطاع ان يبيعها الى ٢٢ من النوادي الرياضية من اصل ٢٥ نادياً في الـ NFL لكرة القدم.

اضافة إلى ذلك طبق آرثر جونز نظرية خطيرة لم يسبقه اليها احد، واثبتت فعاليتها، وكانت طريقته تعتمد على حفر اسم Nautilus على كل آلة وربط الاسم على انه الرائد والأول في مجاله. وقد منح حق استعمال اسم: Nautilus Centre and Nautilus مجاناً، ومن دون حقوق امتياز الى كل ناد يشتري آلته ويضعها الى صالاته، وكان هدفه ان يحصل على دعاية مجانية تجلب له الارباح الطائلة. وقد نجح في ذلك لأن جميع الناس يعتقدون بأن اسم Nautilus هو Franchise، ولكن الحقيقة ان هذا

الاسم والشعار اعطيا مجاناً لكل من يشتري الآلة، وأصبح الاسم كاسم، Panadol Kleenex, Xerox, etc.. وغيرها.

قد تماشت هذه الطريقة مع فكرة الوجبات السريعة التي اجتاحت الولايات المتحدة حينها

من أهم أسباب نجاح Nautilus كان السرعة والفعالية لجميع معداته والنتائج الرائعة التي يحققها الشخص الذي يتدرب على الآلات. كان التدريب ٤٥ دقيقة لمدة ٣ أيام في الأسبوع كافيه لتخفيض الوزن وزيادة النشاط. وقد تماشت هذه الطريقة مع فكرة الوجبات السريعة التي اجتاحت الولايات المتحدة حينها، فاقتنع الناس بوجبات لياقة بدنية سريعة وهامة وفعالة.

حققت الشركة انجازات بارزة، وفي أواسط العام ١٩٨٠ استطاعت ان تصل بمعدل مبيعاتها إلى ٤٠٠ مليون دولار وأكثر من ١٠٠٠٠٠ آلة قيد الاستعمال. وبذلك سيطرت على جميع مرافق الأندية الرياضية والصحية.

آرثر جونز شخص ثوري وغريب الأطوار ومتعدد المواهب خلق صناعة جديدة وحفر اختراعه وشعاره على كل آلة، ووزعهما مجاناً، واكتسب مكانة خاصة.

كل بدايته كانت طفولة معذبة، وبعدها ٢٥٠٠ دولار

اقترضها من اخته، وبأفكاره المغامرة وشغفه الدائم للحصول على هوية من اختياره. . حقق ما يريد.

نجح آرثر جونز لأنه فكر بشكل مختلف وجعل للرياضة واللياقة البدنية عالماً جديداً متطوراً ومفيداً.

«الامبراطور النفطي» جون د. روكفلر

المال والشهرة والسلطة

يعدّ جون دافيسون روكفلر من أشهر الأثرياء في الولايات المتحدة إن لم يكن أشهرهم، والذي انطلق من الصفر، من بدايات متواضعة أصبح من أشهر الشخصيات في العالم، بل أصبح قدوة للكثير من الأثرياء في العالم، وشركته ستاندرد أويل من أقوى الشركات في تاريخ الولايات المتحدة الأمريكية، وكان يعتبر من أكثر الأشخاص تأثيراً في الصناعة في بلاده.

لم يكن أحد يعتقد بأن روكفلر الذي بدأ من لاشيء يمكنه أن يكون مؤثراً بهذا الشكل الواسع والقوي وأن يحتل هذه المكانة. وقد أصبح روكفلر مرادفاً للثروة والغنى. وعند ذكر اسمه يعرف الجميع أن الموضوع يتعلق بالمال والثروة.

كل شيء في جون روكفلر يقول إنه تاجر حتى النخاع. رجل حاد الملامح، نحيف البنية ولديه عينان تثقبان الحجر، ولكنه كان في الوقت نفسه إنساناً ذا ذوق رفيع ومؤدباً جداً، ويمكن تشبيهه بقبضة الحديد المغطاة بقفاز

مخملي. كان روكفلر يحب المال بشكل جنوني، ويحسب حياته بالدولارات، ويعتبر مقياس تقدمه ونجاحه في الحياة مرتبطاً بالدولارات والسنتات.

كانت لديه قدرة نادرة وموهبة كبيرة في جمع المال وكيفية التجارة. ويفسر غناه وثروته قائلاً: «إن الله قد أعطاني قسمتي، وما أربحه هو قسمتي وبذلك فهو حقي».

ولد روكفلر في مزرعة هارت فورد ميلز-نيويورك العام ١٨٣٩. والده يدعى بيل روكفلر، وكان عمله مرتبطاً بنوعية مختلفة تماماً عن الزيوت التي شق جون طريقه من خلالها إلى الثروة والسلطة والشهرة. كان عمل والده غريباً بعض الشيء، إذ أنه كان يتاجر بزيت الأفاعي.

لم يكن أحد يعتقد بأن روكفلر الذي بدأ من لاشيء يمكنه أن يكون مؤثراً بهذا الشكل الواسع والقوي

عاش جون روكفلر طفولة تأثرت بالتناقضات؛ فوالده كان شخصاً بعيداً عن الدين وبعيداً عن القيم، ويكذب كثيراً على أولاده، بينما والدته على النقيض تماماً، فهي سيدة ملتزمة وكانت تعلمه القيم والمبادىء الصالحة والنظام. تأثر جون كثيراً بوالدته وكان متعلقاً بها كثيراً، كان منظماً ومنضبطاً إلى أبعد الحدود، وجاداً ومحبوباً من الجميع. ولكن على الرغم من كل تعاليم أمه سلك طريق والده في التجارة وتعلم الكثير منه. وقد علمه ألا يخلط العاطفة مع

العمل، فكل شيء على حدة، وعامله على هذا الأساس.

انتقلت العائلة إلى كليفلاند العام ١٨٥٣. وبعد سنتين من هذا الانتقال أصبح عمر جون ١٦ عاماً، وبدأ حياته العملية بأن عمل كاتباً في إحدى الشركات Hewitt and Tuttle في كليفلاند، وكان نشاط الشركة يعتمد بشكل رئيسي على بيع العقارات والشحن. وكان دخله في تلك الأيام ٦٠ سنتاً في اليوم.

كان عليه أن يطوف في جميع أنحاء المدينة ليلاحق السكان لتحصيل الايجارات

ارتكز عمل جون أيضاً على تحصيل الإيجارات من السكان، وهذا العمل كان مجهداً ومتعباً، فقد كان عليه أن يطوف في جميع أنحاء المدينة ليلاحق السكان، وكثيراً ما كان يقضي وقته بالساعات ينتظر السكان على مداخل المباني، ويعتبره كثير منهم شخصاً غير مرغوب لأنهم يجب أن يدفعوا له، والتهرب منه أحياناً يشكل حلاً لهم. أما له كان ذلك يعني الانتظار لساعات طويلة وملاحقتهم ومراقبتهم، ولم يكن هذا العمل بالطبع أمراً مسلياً أبداً.

بسبب حبه وولعه وموهبته النادرة بالأرقام والحسابات، استطاع جون روكفلر أن يرتقي إلى وظيفة محاسب. كانت هذه الوظيفة الأولى والأخيرة له في حياته المهنية، حيث أنه عمل لمدة ٣ سنوات كماسك لدفاتر المحاسبة

وتركها ليصبح شريكاً مغموراً مع أحد التجار يدعى موريس كلارك.

كان جون قد وفر مبلغ ٨٠٠ دولار واقترض من والده مبلغ ألف دولار، الذي أخذ منه نسبة ١٠ في المائة فائدة. هنا، تعلم جون أكثر فأكثر أن العمل يختلف عن العاطفة، حتى والده أقرضه واستفاد منه.

الشركة التي أسسها مع موريس كلارك كناية عن تجارة السلع بالوساطة «السمسرة»، وأهم السلع التي يتجارون بها هي التبن، الحبوب، اللحم وغيرها.

تطور العمل وكان الدخل جيداً إلى أن تم اكتشاف النفط العام ١٨٥٩ في غربي ولاية بنسلفانيا، وقد ولّد هذا الاكتشاف شبه انفجار في مراكز تكرير النفط في المنطقة، ما دفع روكفلر وشركاءه إلى تأسيس مركز تكرير للنفط، وذلك في العام ١٨٦٣.

بسبب حبه وموهبته النادرة بالأرقام والحسابات، استطاع روكفلر أن يرتقي إلى وظيفة محاسب

لم يكن لتكرير النفط هيبته في شركة روكفلر، وكان يعتبر عملاً جانبياً وإضافياً، لأن جون كان يربح كثيراً من تجارة الحبوب. وفي تلك الأيام أحس برغبة في الاستقرار فقرر الزواج، وفعلاً تزوج من لور سليستاين سبيلمان، التي كان يعرفها من أيام المدرسة. كان سلوك زوجته التي تعمل كمعلمة

مدرسة يشبهه إلى حد بعيد في الالتزام والانضباط وحدة الذكاء. يقول «لورا امرأة رائعة، ولولا نصائحها لي لكنت رجلاً فقيراً ومعدوماً».

شيئاً فشيئاً تحول روكفلر من تجارة الحبوب، وبدأ يهتم بالدم التجاري الجديد: النفط، الذي بدأ يأخذ مكانته كذهب أسود في الولايات المتحدة. وقرر جون ضمنياً أن يكون سيد النفط الأول في الولايات المتحدة.

كانت الصناعة في تلك الأيام مفككة وغير فعالة، ما أعطى روكفلر الفرصة لأن يحسن في الكثير من الأمور بفضل انضباطه ورغبته وطموحه وإدارته وقبضته الحديدية.

في هذه الأثناء، كان جون يفكر في كل سنت وكيفية توفيره لتحقيق أرباح أفضل.

كان جون يفكر في كل سنت وكيفية توفيره لتحقيق أرباح أفضل

فقد استأجر مركبات التحميل، وقام بتصنيع براميل النفط ليوفر المصاريف، وبالفعل هبطت تكلفة البرميل الواحد من دولارين ونصف الدولار للبرميل الواحد إلى ٩٦ سنتاً. وعلى الرغم من ذلك استمر جون بالضغط للوصول إلى فعالية أفضل بتكلفة أقل. وقد صادف أن زار أحد مصانعه لصناعة براميل النفط، فلاحظ أن العمال يصنعون البرميل من ٤٠ سبيكة لحام، فاقترح عليهم أن يجربوا ٣٨ سبيكة فتبين

أنهم يحتاجون فعلاً إلى ٣٩ سبيكة. فقال له أحد شركائه، هل يعقل أن توفر سبيكة واحدة في كل برميل؟ فرد عليه جون روكفلر: هذه السبيكة ستكلفنا ثروة على المدى البعيد.

نجحت فكرة محطة تكرير النفط، وبدأت أحلام جون روكفلر تكبر، وقرر مع شركائه بناء امبراطورية. وفي العام ١٨٧٠ أصبح عمر جون ٣١ عاماً، فأسس مع شركائه شركة Standard Oil.

كان يعتبر أن التجارة تحتاج إلى الحذاقة والشطارة والاستفادة من الفرص

كان يعتبر أن التجارة تحتاج إلى الحذاقة والشطارة والاستفادة من الفرص. لذا بدأ بالتعاون مع صديقه وشريكه «هنري فلاغلر» في شراء جميع محطات تكرير النفط الموجودة في الولايات المتحدة، وضمها تحت رايته. وعندما تواجهه صعوبة في شراء المحطات الأخرى كان يستعمل الحيل التجارية ليجبرها على الإقفال.

شكل روكفلر فريقاً معاوناً مع شركات سكك الحديد، واستطاعت شركته «ستاندرد أويل» الحصول على أجور الشحن التي تعطي للمنافسين، ما جعل منافسته أمراً صعباً ومتعباً أشبه بالانتحار. وكان يستغل جون هذه الفرص ويطلب منهم الانضوء تحت رايته.

كان جون لا يرحم في عمله، إلى حد أن أخاه فرانك، سحق تماماً تحت نفوذ جون وسلطته

كذلك كان جون إنساناً لا يرحم في عمله، إلى حد أن أخاه فرانك روكفلر، الذي كان أحد منافسيه، سحق تماماً تحت نفوذ جون وسلطته، تاركاً إياه في عيشة مريرة وقاسية. أما أخوه الآخر ويليام، والذي وافق على العمل معه حوله إلى مليونير.

استعمل جون كل الطرق ليكون السيد الأول للنفط في الولايات المتحدة. وفي العام ١٨٨٠، أي بعد ١٠ سنوات من تأسيس شركة ستاندرد أويل الرسمي، استطاعت أن تتحكم بنسبة ٩٥ في المائة من إنتاج النفط في الولايات المتحدة الأمريكية.

لكن الأمور لم تسر على ما يرام.. فبعد فترة عشر سنوات (١٨٩٠) تنامت الأطراف المنافسة التي تضررت من احتكار شركة روكفلر لتكرير النفط، واستطاعت شركة Sherman Antitrust Act، ومهمتها الرئيسية أن تقضي على الشركات المحتكرة، أن تعلن أن شركة «ستاندرد أويل» غير قانونية.

كان ذلك العام ١٨٩٢، وقد راوغ روكفلر وشركاؤه بالقرار وماطلوا به واستطاعوا الصمود حتى العام ١٩١١، انقسمت بعدها الشركة إلى ٣٤ شركة منفصلة ومنفردة. كثير من هذه الشركات ما زال في الساحة إلى الآن. ومنها

Chevron, Amoco, Mobil, Exxon وعلى الرغم من أن الأسماء تغيرت، غير أن جون كان يملك أجزاء منها وله بشكل أو بآخر ضلع فيها.

تم الإعلان عن أن جون روكفلر أغنى رجل في العالم وأصبح محط أنظار العالم، وبدأت المجلات والصحف تتقصى عنه وأصبح مضرباً للمثل؛ فكان الناس يقولون: «غني كروكفلر». وعلى الرغم من ثروته لم يكن جون روكفلر مبذراً، بل كان يعيش حياة كريمة ومريحة. ومكانه المفضل «بوكانتيكو هيلز» قرب Sleepy Hollow في نيويورك.

اعتبر أن التجارة لعبة، ولا مجال للتهاون، أو التعاطف أو التراخي إذا كنت تريد أن تكسب وتربح

ومع أن روكفلر استعمل طرقاً مختلفة وملتوية لاعتلاء امبراطورية النفط كدفع الرشاوى، ولكنه لم يحس أبداً بالذنب، ويعتبر أن كل ما فعله كان عادلاً وشريفاً.. فهو يعتبر أن التجارة لعبة، ولا مجال للتهاون، أو التعاطف أو التراخي إذا كنت تريد أن تكسب وتربح، وهو في المقابل يعتبر أنه أثرى بطريقة عمله صناعة النفط، وقدم خدمات وأفكاراً كانت مفيدة لوطنه وأبناء وطنه.

وعلى الرغم من هذه الثقة تأثر جون ر وكفلر بعض الشيء بما كان يقال ويكتب عنه وعن تاريخ شركته.. لذا،

وظف لديه مسؤولاً للعلاقات العامة مهمته تحسين صورته أمام الناس، ويعيد سرد قصة شركة "Standard Oil" وكان يوزع قطعة نقدية تساوي ١٠ سنتات يسميها قطعة الحظ ووزع منها ٣٠٠٠٠ قطعة.

توفي جون روكفلر العام ١٩٣٧ عن عمر يناهز الثامنة والتسعين وتبرع قبل وفاته بأكثر من مليار دولار

بعدما وصل إلى ما وصل إليه من شهرة ومال، قرر جون روكفلر أن يترك لشركائه متابعة أمور الشركة، واتجه هو إلى الأعمال الخيرية، ربما كتعويض عن محاولة احتكاره للنجاح ومنع غيره بكل الطرق من منافسته.

أسس جامعة في شيكاغو العام ١٨٩٢، ثم أسس مركزاً طبياً للأبحاث الطبية تحول بعدها إلى جامعة روكفلر العام ١٩٠١، ومؤسسة روكفلر للأعمال الخيرية العام ١٩١٣، وبكى جون مرتين، إحداهما عندما توفيت زوجته العام ١٩١٥، والثانية عندما تقاعد عن العمل. وكان يمضي كل يوم ساعتين، كل صباح ليعقد بعض صفقات الأسهم على الهاتف.

توفي جون روكفلر العام ١٩٣٧ عن عمر يناهز الثامنة والتسعين وتبرع قبل وفاته بأكثر من مليار دولار، وورث عنه ابنه جون روكفلر جونيور المليارات، فطوّر الكثير مما ورثه من والده، استفاد من الجيد منها وتجنب السيء، وكان شعاره «إن مهمتي الأساسية في الحياة هي جمع

المال، ومن ثم وهبه بطريقة أو بأخرى وإعطاء غيري إحساساً بالسعادة».

وقد بقي جون روكفلر، على الرغم من وفاته منذ أكثر من ٦٠ عاماً، اسماً معروفاً، ومازال يذكر دائماً كمرادف للمال والسلطة والشهرة.

جوزف وليام فوستر

شركة عملاقة بدايتها تحقيق رغبة شخصية

شركة ريبوك من الشركات القديمة جداً (تأسست العام ١٨٩٥) ولكنها كانت تحت اسم مختلف J.W. Foster.

تطورت هذه الشركة كثيراً مع الزمن، وتعتبر الشركة الرقم ٢ في الولايات المتحدة بعد شركة «نايك»، وهي تسعى جاهدة لمنافستها في سوق الأحذية الرياضية.

ولتحقيق ريادة أكبر من «نايك» في بعض المجالات ضمت الشركة سلسلة مختلفة من المنتجات، فلديها Reebok المتخصصة في الأحذية الرياضية وتوابعها، Ralph Lauren المتخصصة بالألبسة الشبابية، Rockport المتخصصة بأحذية المشي، الغولف، والملابس، وWeebok المتخصصة بأحذية الأطفال، وتدير ١٦٠ محلا في الولايات المتحدة.

بدأت حكاية «ريبوك» العام ١٨٩٤ في بريطانيا مع

العداء الإنكليزي جوزف وليام فوستر، والذي كان عضواً متحمساً في نادي «بولتون بريمروز هاريرز».

لم يكن فوستر ذلك العداء الخارق، انما كانت حماسته وعشقه لرياضة الركض يكبران يوماً بعد يوم، وهذا العشق هو ما نمى لديه رغبة في اقتناء حذاء خاص به. ولم يكن لديه المال وكان هناك غياب شبه تام لمصنعي الأحذية في تلك الأيام، وهذان العاملان شكلا السبب الرئيس في انكبابه على التفكير بشيء مميز أوصله الى حل بسيط، وهو حذاء مصنوع باليد له نتوءات، وبذلك كانت ولادة اول حذاء تحت اسم «فوستر». وعلى الرغم من كونه عداء هاوياً والحذاء الذي صنعه يضم الحياكة والمسامير فقد وجد ان اصدقاءه في نادي هاريرز بدأوا يطلبون حذاءه. ما شجعه على تصميم كمية جديدة من الأحذية.

مرت الأيام، وفي العام ١٩٠٠ وصلت ثقة جوزف بنفسه الى حد فتح معمل صغير خاص به في بولتون ينتج من خلاله أحذية مصنوعة باليد للرياضيين المحليين.

لم يكن فوستر رياضياً، انما كانت حماسته وعشقه لرياضة الركض يكبران يوماً بعد يوم

وباستخدام ارخص أنواع التسويق غير المكلفة (الكلام المتناقل بين الناس Word of mouth) ذاع صيته، وانتشر اسمه كمصنع محترف للأحذية ذات النتوءات، وأصبح الحذاء المفضل لدى

الرياضيين المحليين في بولتون.

وبسبب حذاء فوستر استطاع رالف شريب الدخول الى التاريخ الرياضي العام ١٩٠٤ بحصوله على رقمين قياسيين في ايبروكس بارك. وفي العام ١٩٠٨ كان حذاء فوستر قد انتشر بين الرياضيين المحترفين والاولمبيين على مستوى بريطانيا وبعض الدول خارجها.

كان جوزف يقوم بعمله الى جانب زوجته ماريا. وفي العام ١٩٠٦ انضم اليهما أولادهما جن ويليام وجيمس ويليام اللذان ولدا بكل معنى الكلمة داخل ورشة فوستر، وشربا اصول العمل من المصدر وتربيا على حب هذا العمل حتى استطاعا الوصول الى خبرة امتدت نتائجها الى يومنا هذا. واكتسب الولدان حب رياضة الجري حتى النخاع، حتى انه قيل لاحقا عن جون ويليام انه ولد لابسا حذاءين للجري في سريره.

قيل عن جون ويليام انه ولد لابسا حذاءين للجري في سريره

كانت حماسة الوالد جوزف فوستر كالكوليرا التي تنتقل بالعدوى، وكان حبه لادارة وتطوير الرياضيين في شمالي انكلترا هاجساً مهماً له ولعائلته.

سمي جوزف فوستر العجوز جو، وقد اكتسب مكانة مرموقة في مجتمعه، ويقول عنه احد العدائين المعروفين فرانك موريس، أنه القائد العظيم والذي اكسبه

حماسه نادرة ما كان له ان يكتسبها لولا وجود جو. ان حبه لعمله وحماسته له، يجب ان يدرسا في المدارس والجامعات.

كان جو يعرف حاجات الرياضيين، وكان يصمم على أساس احتياجاتهم والمقاسات الشخصية

لبس كثير من الرياضيين احذية فوستر وكان ٦ منهم ابطالا في رياضة الجري والعدو، ومن بينهم لورد بيرغلي، توم ايفانسون، جاك لافلوك، تومي هامبسون، ايثيل جونسون، اي لاو جي سي اليس، نيلي هالستاد، سي بي هولمز، بيل روبرتس، . إلخ.

كان جو يعرف حاجات الرياضيين، وكان يصمم على أساس احتياجاتهم والمقاسات الشخصية. وكان كل عداء له حذاء خاص بنوع الجري ومسافاته.

تدرج اولاده في النادي الذي ترعرع فيه وزرع فيه احلامه وحماسته، وأصبح جون ويليام سكرتير نادي هاريرز، وكان يكتب مقالات رياضية في جريدة «الكابتن» وهي جريدة محلية.

توفي جو العجوز العام ١٩٣٣ تاركاً مؤسسته بأيد أمينة هي ايدي جيمس ويبلي ولديه اللذين اكملا رسالته في البحث عن التطوير الفني لكل ما يقومان به.

انتكست الشركة تماماً حيث اثرت فيها حربان عالميتان وقنبلتان قطعتا العمل اربا اربا، ولم يعد مطلوبا خلال تلك

الايام السوداء سوى الحذاء العسكري الأسود.

لكن بعد سنوات الحرب شهدت شركة J.W. Forrest & Sons انتشاراً في مجال «الركبي» وكرة القدم، وأصبحت احذيتها مطلوبة من نواد عدة منها، ليفربول، نيوكاسل، مانشستر يونايتد وبولتون واندررز، حتى الفريق الروسي كان اول ما اختاره عندما زار الغرب هو احذية «فوستر».

Reebok
اسم لغزال افريقي سريع وصغير

وفي العام ١٩٤٨ والعام ١٩٥٢ بدأ جيفري ويليام وجوزف ويليام ابناء جيمس تعلم العمل والدخول في اجواء اللعبة، ما أمن استمرارية لهذا العمل العائلي المتوارث ابا عن جد، وكان تعلمهما هذا دافعاً لتأسيس شركة خاصة بهما تساعدهما على الدخول في النصف الثاني من القرن بروح جديدة. وفي العام ١٩٥٨، وبعد عام من تحطيم الرقم العالمي بمسافة ميل بحذاء فوستر، اسس الحفيدان شركة Reebok، وهي اسم لغزال افريقي سريع وصغير، وقد تم الاندماج الفكري والحماسي التام وتحويل كل ما حققته شركة فوستر الى الشركة الجديدة «ريبوك». لم تمض فترة قصيرة حتى كانت شركة «ريبوك» تحصد الجوائز في الألعاب والميداليات الذهبية.

ظلت شركة ريبوك انكليزية حتى العام ١٩٧٩ عندما

شاهد بول فايرمان، وهو تاجر للوازم الصيد والخيم، حذاء ريبوك في أحد المعارض التجارية السنوية في شيكاغو، وسرعان ما حصل على ترخيص ببيعه في أميركا الشمالية. وكانت هذه البداية، حيث مولت شركة بنتلاند، وهي شركة بريطانية، وجود ريبوك في أميركا، ودفع فايرمان ٤٠ في المئة من المشروع الجديد. وهكذا اسست ريبوك ادارتها العامة في ولاية ماساشيوستس، وبدأت التصنيع في كوريا الجنوبية لخفض تكاليف الإنتاج.

من خلال قناعة ريبوك بأن هناك صعوبة في المنافسة مع شركات قوية في السوق كشركة «نايك» وشركة «اديداس» ركزت الشركة على الايروبيكس وبعض الملابس الرياضية والشبابية، وذلك لتغطية ما تخسره من حجم السوق بسبب المنافسة. وفي عامنا الحالي اعلنت ريبوك عن تخفيض موظفيها بنسبة ١٠ في خطوة لخفض المصاريف واعادة بناء الشركة.

بدأت شركة ريبوك من رغبة في اقتناء حذاء شخصي لجوزف فوستر

شركة ريبوك بدأت من رغبة في اقتناء حذاء شخصي لجوزف فوستر، رغبة متواضعة بنت شركة عملاقة ألبست الملايين أحذية رياضية واعطتهم الثقة والدفع المعنوي والراحة لتحقيق انجازات رائعة وتحطيم الأرقام القياسية. ريبوك حكاية نجاح كان رأسمالها في البداية الحماسة التي انتقلت بالعدوى من جيل الى جيل.

يوشين فوكوهارا

كوارث وانتكاسات.. وبقيت القمة هدفاً

تعد شركة Shiseido أهم شركة يابانية في مجال مستحضرات التجميل، وترتيبها الأول في اليابان والرابع على مستوى العالم ومركزها طوكيو.

مؤسس هذه الشركة رجل طموح منذ الصغر، يدعى يوشين فوكوهارا، الذي درس الصيدلة وعمل في مجالها فترة طويلة. عمل في الأميرالية اليابانية كصيدلي خبير، ثم اسس اول صيدلية حديثة في اليابان اسماها «صيدلية شيسيدو». والكلمة مأخوذة من فلسفة كونفوشيوس وتعني بالعربية «الحياة الخصبة أو الغنية».

استقطبت هذه الصيدلية نوعية معينة من الناس، فكانت تقصدها الطبقة الغنية والارستقراطية، التي يجذبها كل ما هو غربي ومتمدن، وكان هذا العامل المميز الذي ركز عليه فوكوهارا أساسا لنجاحه، لأنه كان معجباً بالحياة الغربية ويسعى إلى كل ما هو جديد فيها. وكان لاهتمامه هذا

تأثير كبير في طريقة تفكيره وطريقة عمله، وبالتالي نجاحه.

فكر فوكوهارا من خلال مهنة الصيدلة في منتج مبتكر يشهر اسمه ويعلي شأنه. وبعد ابحاث طويلة وتجارب مضنية صادفته خلالها المتاعب وخيبات الأمل امتدت ١٥ سنة، كان له ما أراد عندما طرح أول معجون اسنان من صنع اليابان واسماه «FUKUHARA SANITARY TOOTHPASTE».

وكانت غالبية اليابانيين غير معتادين على تنظيف اسنانهم يوميا، وكانوا يستعملون البودرة بدل المعجون.

فكر فوكوهارا من خلال مهنة الصيدلة في منتج مبتكر يشهر اسمه ويعلي شأنه

نجح هذا المنتج بسرعة بخاصة أن فوكوهارا اعتمد في تسويقه على الإعلان، والذي كان يؤمن به كأنجع طريقة للوصول إلى المستهلك بسرعة.

وكان أبرز الفوائد التي ركز عليها هي حماية الأسنان واللثة من الجراثيم والتسوس. وهي أمراض كان اليابانيون يعانون منها بشكل كبير لعدم وجود توعية لأهمية تنظيف الأسنان. بخاصة أن فوكوهارا اضاف اليه الفلورايد، الذي اثبتت الأبحاث والتجارب أنه يشكل واقياً اساسياً من أمراض الفم واللثة.

كان فوكوهارا متعدد المواهب والطموحات.. فبعد نجاح أول معجون أسنان ياباني توجه إلى صناعة مستحضرات التجميل اليابانية، ثم قام بتأسيس أول شركة لبيع الصودا في

اليابان، وكانت تستورد أكواب الصودا والآيس كريم.

في هذه الأثناء كان ابن فوكوهارا الثالث ويدعى شينزو، يدرس الفنون الجميلة في نيويورك. وقد عاد إلى طوكيو وبدأ العمل مع والده. وأعطى شينزو شركة Shiseido دفعة هائلة، لأنه كان شخصاً مبتكراً من الدرجة الأولى وشكلت أفكاره ثورة في الشركة. ومشى على خطى والده الذي أعطاه الدعم الكافي لتنفيذ أفكاره. وكان تركيزه على مستحضرات التجميل، فطرح بودرة تجميل للوجه عام ١٩٠٦، ثم طرح في العام ١٩١٥ مقوياً للشعر، ودخل مجال العطورات العام ١٩١٨.

نكسة كبيرة أخرى تعرضت لها الشركة بعد الزلزال، وكان ذلك خلال الحرب العالمية الثانية

استطاع شينزو أن يقنع والده بالتركيز، من خلال صيدليته، على مستحضرات التجميل بدل الأدوية. وبالفعل، حلت مستحضرات التجميل محل الأدوية تماماً، بخاصة بعدما أحضر شينزو اخصائية تجميل أجنبية إلى طوكيو، والتي كان موديل شعرها الذي يغطي الآذان صرعة استقطبت الاهتمام والانتباه.

بدأت «شيسيدو» بتطبيق مبدأ Franchising في اليابان، بفتح العديد من الأفرع في أنحاء البلاد، حتى يتسنى لجميع الناس ومن كل الفئات شراء منتجاتهم.

وبالفعل كان تطبيق هذه الفكرة عاملاً أساسياً في زيادة حجم المبيعات.. لكن هذا النجاح لم يدم طويلاً بسبب كارثة زلزال طوكيو الذي ضربها العام ١٩٢٣ ودمرها دماراً شبه كامل، وقضى على مركزها الرئيسي. لكن لحسن حظ الشركة أن مخزون الصابون والمصنع، والذي كان خارج طوكيو، سلم ولم يتعرض للدمار، فما كان من الشركة إلا أن باعت هذا المكان لتحصيل الأموال لتعيد البناء.

عاد العمل إلى طبيعته في ١٠ نوفمبر من العام١٩٢٣ وتم تصميم مبنى الشركة بشكل أجمل. وقد أشرف على البناء ريشيروكاواشيما الذي جعل المبنى بأسلوبه الغربي قطعة فنية جميلة. وفي العام ١٩٢٧ تم تعيين شينزو رئيساً للشركة، وهو الرجل الذي تدين له الشركة بكل ما وصلت إليه الآن لأنه نقلها من الأدوية إلى التجميل.

نكسة كبيرة أخرى تعرضت لها الشركة بعد الزلزال، وكان ذلك خلال الحرب العالمية الثانية. لم يكن باستطاعة الشركة تصنيع مستحضرات التجميل فركزت أعمالها على الأدوية، وقد دمرت معظم مصانع «شيسيدو» خلال الحرب، ووصلت الشركة إلى حدود الأفلاس العام ١٩٤٥. لكن تصميم وإرادة وعزم شينزو فوكوهارا وشركته أبت إلا أن تجد

دمرت معظم مصانع "شيسيدو" خلال الحرب، ووصلت الشركة إلى حدود الأفلاس العام ١٩٤٥

حلولاً، فعادت الشركة الى الوقوف العام ١٩٤٦ وذلك بطرح طلاء للأظفار.

على الرغم من الصعوبات والنكسات التي تعرضت لها الشركة، إلا أنها استطاعت من العام ١٩٥٠ الى العام ١٩٦٠ أن تحقق نجاحات كبيرة في عالم الموضة والتجميل. واحتلت المرتبة الأولى من دون منازع في السوق اليابانية. وفي العام ١٩٦٢ بدأت «شيسيدو» بنقل أعمالها خارج اليابان من خلال توسعها إلى هونغ كونغ، وكرت بعدها سبحة الفروع الخارجية واضعة العالم كهدف لها وفتحت في نيويورك العام ١٩٦٥.

فشل جديد تعرضت له الشركة العام ١٩٧٠، حيث تعثرت محاولاتها لتسويق منتجاتها في أميركا

فشل جديد تعرضت له الشركة وذلك في نيويورك العام ١٩٧٠، حيث تعثرت محاولاتها لتسويق منتجاتها في أميركا، مما أثر في أسهمها حتى في اليابان، وكان السبب الرئيسي ان منتجاتها لا تتوجه إلى الجيل الشاب بشكل كبير، اضافة إلى صعوبة القوانين الأميركية في طرح منتجات جديدة في السوق.

لم تيأس الشركة، انما وضعت خطة لتصحيح الوضع، فما كان منها إلا أن قسمت السوق إلى ٥ مجموعات حسب العمر، ثم بدأت بارضاء كل مجموعة على حدى،

ولكن بكميات محدودة. وبعد العام ١٩٨٠ نجحت تماماً في السوق الأميركية، وذلك ببيع منتجاتها في المتاجر الكبرى، وليس في الأماكن المخصصة لها فقط، فحققت بذلك نجاحاً بعد فشل كبير.

ماذا كان سيحدث لو استسلم يوشين فوكوهارا ومن بعده ابنه شينزو لليأس

اعتمدت الشركة بنجاحها على ٥ عناصر رئيسية، ساعدتها على اعتلاء القمة وهي:

١ - النوعية وتأتي في المقدمة.

٢ - الفائدة المشتركة بين الزبون والشركة.

٣ - احترام الزبائن وما يحتاجون إليه.

٤ - وضع أسس ثابتة وعميقة للشركة.

٥ - الصدق في التعامل.

ونجحت الشركة على الرغم من المشكلات والكوارث التي تعرضت لها. وما تنعم به اليوم سببه العزم على الاستمرار، وفي كل مرة كانت الشركة تقفز إلى أعلى بقفزة نوعية مدهشة.

ماذا كان سيحدث لو قرر يوشين فوكوهارا ومن بعده ابنه شينزو اليأس، وايجاد سبل للعيش من دون مخاطرة كبيرة؟

بالتأكيد ما أحدث الفرق هو ما فعله الأب وابنه وليس الظروف المحيطة بهما.

التصوير الفوري:

الوقت والمال والذكرى

كان عامل الوقت وتوفيره ومازال هاجس الكثيرين في العالم، ويرتكز الكثير من الاختراعات على كيفية استفادة الإنسان من وقته، والملايين من البشر مستعدون لدفع الأموال الطائلة مقابل توفير وقتهم وجهدهم.

أحد هذه الاختراعات المهمة هو كاميرا بولارويد، التي ركز مؤسسها أدوين لاند جزءاً كبيراً من حياته على كيفية جعلك في الصورة خلال ثوان معدودة.. فهذه الشركة، ومركزها كامبردج في ولاية ماستشوست، تصنع أدوات التصوير ومرفقاته، وتعتبر الأولى في مجال التصوير الفوري، ولديها براءة اختراع فازت بموجبه بدعوى اقامتها على شركة كوداك في بداية التسعينيات.

وتبيع بولارويد اكثر من خمسة ملايين كاميرا في السنة، وتتضمن منتجاتها اكثر من ٥٠ نوعا من الأفلام التصويرية، ويشكل الفيلم الفوري ٨٠ في المئة من مجمل المبيعات، ومن منتجاتها، ايضاً، العدسات التصويرية

والفلاتر وأدوات التحميض والتظهير، وقد دخلت مجال الطب، حيث لديها آلات ومعدات تصوير الأشعة، كما لديها فرع متخصص في النظارات الشمسية.

فكرة هذه الشركة بدأت مع نهاية العام ١٩٢٠ عندما بدأ الطالب الجامعي في جامعة هارفرد ادوين لاند (ولد عام ١٩٠٩) ابحاثا غير منظمة نابعة من هواية توصل من خلالها الى مادة تركيبية تستقطب الضوء بسرعة فائقة اسماها بولارويد ومعناها (الاستقطاب السريع للضوء).

كان هذا الاكتشاف دافعاً لأدوين لاند ليترك الجامعة قبل اشهر من تخرجه ليبدأ تسويق وتنقيح اكتشافه المميز، وكان عمره آنذاك ٢٣ سنة.

لم تكن البداية سهلة كما اعتقد لاند، ولكنه استطاع ان يؤمن مبلغاً من المال من خلال عرضه الفكرة على بعض الشركات والاشخاص الذين ساعدوه على القيام بمزيد من الأبحاث والتجارب.

تعني كلمة بولارويد الاستقطاب السريع للضوء

وعلى مبدأ «مصائب قوم عند قوم فوائد» كانت الحرب العالمية الثانية عاملاً مهما في نمو وتوسع شركة «بولارويد»، حيث كان لهذا الاختراع اهميته في تصوير المواقع الحربية وأعمال الحرب، وارتفعت المبيعات من مليون دولار في الثلاثينات الى ١٥ مليون في العام ١٩٤٥.

تم طرح اول كاميرا تصوير فوري من قبل ادوين لاند عام ١٩٤٧، وكانت اول كاميرا من نوعها. وفي عام ١٩٦٥ طرحت بولارويد كاميرا بسعر ١٤ دولاراً وباعت خلال ٣ سنوات ٧ ملايين كاميرا.

ثم طرحت كاميرا تحت اسم SX70، ولكنها لم تلق النجاح المتوقع، وهبطت مبيعات الشركة بشكل كبير، وأرباحها بشكل خطير، كان هذا في عام ١٩٧٢، وظل الحال كذلك حتى عام ١٩٧٥ عندما طرحت الشركة كاميرا تحت اسم The Pronto والتي باعت في سنة واحدة ٦ ملايين كاميرا. وفي هذه السنة بدأت شركة ايستمان كوداك ببيع كاميرات للتصوير الفوري. ما دفع شركة بولارويد لرفع دعوى قضائية عام ١٩٧٦.

طرحت الشركة، بعد ذلك، كاميرا عالية الجودة، وذلك في عام ١٩٨٦ تحت اسم Spectra مما زاد من مبيعات الشركة، ولكن الثمانينات شهدت تنظيم عملياتها وإعادة حساباتها لترفع ارباحها وتخفض من مصاريفها.

كان لهذا الاختراع اهميته في تصوير المواقع الحربية وأعمال الحرب

وفي عام ١٩٨٩ تم طرح نوعية عالية الجودة للأفلام الفورية. وكانت نهاية الثمانينات جيدة لشركة بولارويد، حيث ان الطلب على منتجاتها زاد بشكل كبير، بخاصة

بعد ازدياد الطلب عليها من الأسواق الأوروبية الشرقية، وتحديدا على آلات التصوير الفوري لصور جوازات السفر، الأمر الذي رفع نسبة مبيعاتها بشكل كبير.

وفي عام ١٩٩١ ربحت بولارويد الدعوى التي اقامتها على شركة ايستمان كوداك منذ ١٥ سنة (١٩٧٦)، وبلغت قيمة الدعوى التي ربحتها ٨٧٣ مليون دولار، وشكل ذلك انتصاراً كبيراً للشركة.

عام ١٩٦٥ طرحت بولارويد كاميرا بسعر ١٤ دولارا وباعت خلال ٣ سنوات ٧ ملايين كاميرا

وفي السنة نفسها توفى ادوين لاند مؤسس شركة بولارويد عن واحد وثمانين عاماً بعدما اطمأن على مستقبل الشركة من بعده، وبعد فوزه بالدعوى.

وسّعت بولارويد مجال عملها وفتحت خط التصوير المكتبي والطباعة وتصوير الفيديو، وكان اهم اكتشافاتها منتج هيليوس الذي ساعد في المجال الطبي كثيرا، حيث كان يتم تشخيص الامراض من دون تحميض كيميائي أو سوائل مضرة بالصحة. كما تم طرح هذا الاكتشاف عام ١٩٩٣ متأخرا سنتين عن الموعد المحدد.

طرحت الشركة اول كاميرا بعدسة واحدة عام ١٩٩٢ في ألمانيا. واسمتها بولارويد فيجين، وطرحتها عام ١٩٩٣ في الولايات المتحدة تحت اسم كابتيفا. ولكن هذه الكاميرا فشلت فشلاً ذريعا، فما كان من الشركة إلا ان خفضت

نسبة الإنتاج منها بشكل كبير. وتبع ذلك تعيين غاري تي ديكاميللو المدير التنفيذي لشركة بلاك اند ديكيرك CEO لشركة بولاروید، والذي طرح خطة بعد فترة وجيزة من تعيينه لتخفيض نسبة الموظفين في الشركة بنسبة ٢٠ في المئة. وقد كلفت قرارات اعادة تنظيم الشركة خسائر بقيمة ١٤٠ مليون دولار.

طرحت بولاروید في الاسواق عام ١٩٩٦ اول كاميرا رقمية يمكن وصلها على الكمبيوتر

استمرت شركة بولاروید بتقديم منتجات مدهشة في عالم التصوير فطرحت في الاسواق عام ١٩٩٦ اول كاميرا رقمية يمكن وصلها على الكمبيوتر. ويمكن التلاعب بالصور وتغييرها على شاشة الكمبيوتر. وفي السنة نفسها باعت الشركة بعض براءات اختراعاتها الى شركة Sterling وركزت على الأفلام ومجال التصوير.

وفي عام ١٩٩٧ طرحت الشركة برنامج كمبيوتر تحت اسم Before & After والذي يسمح بتصحيح الصور ووضع الرتوش عليها والتأثير في نسبة الوضوح والضوء والنقاوة. وفي أواخر عام ١٩٩٧ عادت الشركة وخفضت نسبة اليد العاملة ١٥ في المئة، كما باعت اختراع المعدات الكيميائية التي طرحتها الى International Specialle مقابل سعر لم يفصح عنه. وهكذا فضلت بولاروید

التركيز على مجال التصوير الفوتوغرافي بشكل شبه كلي.

يعمل لدى شركة بولاروید حوالي ١٠٠١١ موظفا حسب آخر احصاءات عام ١٩٩٧. وتبيع الشركة منتجاتها داخل وخارج الولايات المتحدة، حيث يبلغ اجمالي مبيعاتها خارج الولايات المتحدة ٥٠ في المئة من مجمل المبيعات. كما ان مبيعات الشركة من خلال متاجر وول - مارت تبلغ ١٣ في المئة من اجمالي مبيعاتها في الولايات المتحدة. ولدى الشركة مصانع في كل من المكسيك، هولندا، بريطانيا، والولايات المتحدة الأميركية.

اختراع فيلم صغير حساس فتح الآفاق لاختراعات مذهلة وفرت على الناس الكثير من الوقت والمال، وخلدت ذكرياتهم من خلال صور فورية حتى لا تضيع اللحظات الحلوة والمهمة، وحتى لا يكون عائق تحميض الافلام عقبة تؤثر في قرار التصوير.

بولاروید حكاية نجاح لم يكن يتوقع من خلالها ادوين لاند نفسه ان تتحول الساعات التي كان يقضيها في مختبرات جامعة هارفرد الى حكاية نجاح امتدت جذورها الى مختلف انحاء العالم.

البداية: ١٠٥ دولارات - العمر: ٦٥ سنة

«كنتاكي»..
من لم يتذوق طعمه؟

هل تصدق، عزيزي القارئ ان مؤسس سلسلة مطاعم «كنتاكي فرايد شيكن» الكولونيل ساندرز، بدأ بهذه الفكرة وهو في عمر يتجاوز الخامسة والستين؟ هل تصدق ان هذا الرجل بدأ وفي جيبه شيكاً بمبلغ ١٠٥ دولارات اميركية فقط كان من الضمان الاجتماعي؟ وهل تستطيع التخيل للحظة أن رجلاً عمره ٦٥ سنة (وهو العمر الذي يتقاعد فيه معظم الناس ويرتاحون فيه) يبدأ سلسلة مطاعم اجتاح بها العالم ووصل بدجاج «كنتاكي» إلى أكثر من ٩٢ دولة في العالم، كما أنه قطع من العام ١٩٥٢ (السنة التي بدأ فيها أول مطعم) وحتى العام ١٩٨٠ (عام وفاته) بنشاط وحيوية أكثر من ٢٥٠٠٠٠ ميل في السنة مسافراً من بلد إلى بلد ليتابع بنفسه امبراطورية الدجاج، والتي تذوقها ملايين البشر؟

كيف ولدت هذه الفكرة؟ وكيف تطورت؟ فما حكاية

نجاح الكولونيل هارلاند ساندرز.

ولد الكولونيل ساندرز في ٩ سبتمبر (ايلول) العام ١٨٩٠، توفي والده وهو في السادسة من عمره، فاضطرت والدته للعمل، وتحمل هو المسؤولية باكراً، حيث كان عليه الاعتناء بأخيه البالغ من العمر ٣ سنوات واخته الطفلة. وهذه الظروف اجبرته على تعلم فن الطبخ باكراً حيث إنه كان يحضر طعام أخوته وما أن بلغ السابعة من عمره حتى أصبح طباخاً ماهراً وخبيراً.

عمل في مزرعة عندما اصبح في العاشرة مقابل دولارين في الشهر

عمل في مزرعة عندما اصبح في العاشرة مقابل دولارين في الشهر. وتزوجت امه مرة ثانية عندما كان في الثانية عشرة فترك المنزل ليعمل في مزرعة في غرينوود في ولاية انديانا، ثم خاض اعمالاً عدة في السنوات اللاحقة وخدم في الجندية في كوبا لمدة ٦ أشهر. وعمل في فرقة الأطفاء للسكك الحديدية، ودرس خلال هذا العمل القانون من خلال المراسلة. ثم تنقل ما بين العمل في التأمين وكسائق مركب في نهر أوهايو وفي بيع الاطارات، والمسؤول عن محطة لخدمات السيارات.

وحتى وهو في اتعس أيام حياته، وعندما كان يقبض ١٦ سنتا في الساعة يفرغ سيارات الفحم، لم يشك الكولونيل

ساندرز لحظة في أنه سيكون له شأن كبير يوماً ما، وأن النجاح قريب. سنة بعد سنة، عمل بكد وجهد وتعب. . وما حوله لم يكن يشجع على الاطلاق وهو لم يجد ضالته، بعد.

لم يشك الكولونيل ساندرز لحظة في أنه سيكون له شأن كبير يوماً ما

حاول تطوير نفسه بشكل دائم، الأمر الذي دفعه للحصول على دكتوراه في القانون بالمراسلة من جامعة ساذرن، وهو الذي ترك المدرسة منذ وفاة والده، وعمره ست سنوات وقد ساعدته هذه الشهادة على ممارسة المحاماة في محاكم ليتل روك في اركنساس. لكنه لم يكسب مالاً كثيراً.

خلال عمله الدؤوب، طور الكولونيل ساندرز مهاراته في فن الطبخ، وهو الفن الذي احبه من كل قلبه منذ أن كان طفلاً. وخلال السنوات التي مضت لم يفكر ابداً في أن يجعل هذه الهواية مهنة يكسب منها مالا إلى أن راودته الفكرة جدياً العام ١٩٢٩ وكان عمره آنذاك ٣٩ عاماً، عندما افتتح محطة لخدمات السيارات في مدينة كوربن في ولاية كنتاكي. وقد جاءته هذه الفكرة عندما قال احد الباعة المتجولين أنه لا يوجد مطعم جيد ليأكل فيه المرء في هذه المدينة. . وهز الكولونيل رأسه موافقاً.

دارت الفكرة في رأس ساندرز، ولاحظ أن هذه

المشكلة تشكل فرصة حقيقية. ولم يكن احد يعلم، وأولهم الكولونيل، أن تعليق البائع المتجول سيكون الشرارة والبذرة الرئيسية لولادة سلسلة مطاعم احدثت ثورة في صناعة الوجبات السريعة.

يقول ساندرز: «لقد فكرت ملياً، وبالفعل، فإن افضل ما فعلته وقمت به من دون انقطاع طوال السنوات الماضية هو الطبخ، وكلي ثقة بأنني لو بدأت ببيع ما أطبخ فإن طعامي لن يكون بالتأكيد أسوأ مما يصنعه اصحاب المطاعم الموجودون في المدينة».

بناء على هذه الفكرة حول ساندرز غرفة صغيرة، كانت كناية عن مخزن خلف محطة الخدمة، إلى مطعم صغير يبيع من خلاله الوجبات الى المارة.

حصل على دكتوراه في القانون بالمراسلة من جامعة ساذرن

كان اختصاصي مطعمه الصغير الدجاج المقلي والخضار الطازجة وبعض البسكويت، واكتسب المطعم الصغير شهرة لا بأس بها في المنطقة، وازداد الطلب عليه، فما كان منه إلا أن أغلق محطة الوقود وحولها إلى مطعم اسماه «كافي ساندرز».

في أواخر العام ١٩٣٠ توسع ساندرز وأصبحت سعة مطعمه الصغير ١٤٢ شخصا، لكنه احتفظ بالطابع المنزلي لطعامه. وبسبب حبه الدائم لتطوير نفسه والتعلم المستمر،

انخرط في دورة في «فن إدارة المطاعم والفنادق» لمدة ٨ أسابيع في جامعة كورنيل حتى يصبح مديراً أفضل.

فن الطبخ، وهو الفن الذي احبه من كل قلبه منذ أن كان طفلاً

كان كولونيل ساندرز مغرماً بالدجاج المقلي، ولكنه كان يعتبر قلي الدجاج في المقلى بالطريقة الكلاسيكية امراً بطيئاً، وقلي الدجاج بالزيت لا يعطي الطعم الذي يريد الوصول إليه. لذلك وفي العام ١٩٣٩، وكان عمر ساندرز ٤٩ عاماً، اكتشف الطريقة المثلى لقلي الدجاج، وما ساعده في اختراعه الجديد اكتشاف مهم في ذلك الوقت هو «طنجرة الضغط».. في أقل من ١٠ دقائق تعطي طريقة الطهي بالبخار دجاجاً لذيذاً وناضجاً من دون أن يفقد طعمه أو رائحته ومن دون زيت. ولكن على الرغم من هذا الاكتشاف كان ساندرز دائم الابتكار، وكان يبحث عن الطريقة الأفضل للدجاج المقلي. وفي كل موسم كان يجرب قلي الدجاج بطريقة مختلفة إلى أن وجد خلطة من الأعشاب والتوابل اعتبرها الأفضل.

تحسن العمل بشكل ملحوظ. وفي العام ١٩٤٠، عندما اصبح عمر ساندرز ٥٠ عاماً، قال لبعض اصدقائه إنه لم يحقق ما كان يصبو إليه. واعتبر أن العمر يمضي

بسرعة كبيرة.

يقول عنه صديقه، جون براون، إنه لم يكن إنساناً حالماً، إنما كان إنساناً يسعى بكل جوارحه أن يكون إنساناً معروفاً ورجلاً كبير القدر والقيمة. وعلى الرغم من نجاحه على الصعيد المحلي فإنه لم يكن مرتاحاً، وكان يريد أن يكون أكبر بكثير مما هو عليه. لذلك، كان يعمل بكد وجهد وتصميم وعزم قلما توجد في شخص في هذا العمر.

منح العام ١٩٤٩ رتبة كولونيل لانجازاته لولاية كنتاكي من قبل حاكم الولاية. غير هذا اللقب حياته فبدل أن يقال عنه رجل الأعمال هارلاند ساندرز، أصبح يقال عنه كولونيل هارلاند ساندرز، وكان لون شعره أبيض ويحب أن يلبس كالكولونيل بالضبط. ويعتبر ان هذه الشخصية نفعته في عمله كثيراً.

سعى بكل جوارحه أن يكون إنساناً معروفاً ورجلاً كبير القدر والقيمة

عرض على الكولونيل مبلغ ١٦٤٠٠٠ دولار مقابل أن يبيع مطعمه، وكان ذلك العام ١٩٥٣. وعلى الرغم من ان هذا الرقم كان مغريا إلا أنه رفضه، ولكن بعد سنوات ولسوء حظه تغيرت خرائط تعبيد الطرقات، ولم يعد مكان المطعم جيدا، مما اضطره الى بيع مطعمه بالمزاد العلني مقابل

٧٥٠٠٠ دولار، ولم يكن يكفي هذا المبلغ ليسدد ديونه.

بعد هذه المصيبة وخسارته كل شيء، قرر الكولونيل ان يتقاعد ويصرف من مدخرات الضمان الاجتماعي، وكان أول شيك قدره ١٠٥ دولارات، وكان يعلم أن هذا المبلغ لن يفعل شيئا له ولزوجته، ومرة ثانية كان محطما، ولكنه لم يستسلم.

بيع مطعمه بالمزاد العلني مقابل ٧٥٠٠٠ دولار، لم يكف ليسدد ديونه

عن ذلك يقول جون براون: «أحلى ما في الكولونيل انه لا يفكر أبدا في الانسحاب، وعندما حصل على الشيك جلس وقال لنفسه: هون عليك يا هارلاند، هناك شيء واحد تستطيع أن تفعله أفضل من غيرك في هذه الدنيا، وهو قلي الدجاج، وهذا ما ستفعله بقية حياتك».

مضت سنة على هذا الكلام، فباع الكولونيل طريقة تحضير الدجاج الى مطعم في ولاية أوتا، ولاقت استحسانا، ما شجعه على التعاقد مع مطاعم أخرى، وكان يقبض ٤ سنتات عن كل دجاجة تباع.

بعد ذلك وضع الكولونيل عددا من طناجر الضغط وبعض الأكياس لخلطته السرية في صندوق سيارته الكاديلاك، ونزل الى السوق يسوق لهذه الفكرة على الرغم من سنه، وعلى الرغم من داء التهاب المفاصل الذي

كان يعاني منه.

كان يطبخ لكل مدير مطعم وللموظفين بخلطته السرية، فاذا أحبوا ما طهاه كان يتفق معهم: «٤ سنتات لكل دجاجة تطبخ حسب طريقته».

على الرغم من ثقته الكاملة بنفسه وايمانه بما يفعل، فإن الشك تسرب الى نفسه في الأشهر الأولى لبيعه هذه الخلطة، ولكنه نجح في التغلب على شكوكه وكان يبحث ويتوقف عند كل مطعم يراه. كان ينام في سيارته ليوفر ثمن الفندق (الموتيل)، وكان يحلق في حمامات محطات الوقود المنتشرة على الطرقات، وكان ينظر الى المرآة ويقول لنفسه: «يجب أن تنجح يا هارلاند».

خلال سنتين من تجواله استطاع الكولونيل ان يقنع ٥ مطاعم فقط. ويفسر ذلك قائلا: «عندما تقول لصاحب أي مطعم إن دجاجه ليس بالمستوى المطلوب فهو يحس بالاهانة ويرفض الفكرة قبل عرضها وتجريبها، ولكن الخلطة اللذيذة كانت فعلاً تجعل الدجاج أطيب بنظره وكان يقول الحقيقة».

أحلى ما في الكولونيل انه لا يفكر أبدا في الانسحاب

بلغ عمر الكولونيل ٧٠ عاماً، وبلغ عدد مطاعم «كنتاكي فرايد تشيكن» ٢٠٠ مطعم في الولايات المتحدة الأميركية وكندا. وتوقف بعد هذا العدد عن التجوال

والسفر لأن الاستفسارات كانت تأتي إليه. وكان هو المحاسب، وهو الذي يحضر بمساعدة زوجته كل شيء، وكانت زوجته تخلط الأعشاب والتوابل وتغلفها وتبيعها بالبريد.

كان ينام في سيارته ليوفر ثمن الفندق وكان يحلق في حمامات محطات الوقود المنتشرة على الطرقات

هذه الخلطة، التي ما زالت سرية حتى الآن. ولا يعرفها سوى عدد من الأشخاص لا يتعدى عدد أصابع اليد، وكل واحد منهم على اتفاقية تجبره الحفاظ على السرية تحت طائلة المسؤولية، مزيج من ١١ صنفاً من الأعشاب والتوابل. ويقول عن ذلك الكولونيل: «لقد كانت أياماً صعبة، كنت أخلط الأعشاب بالتوابل كما يخلط الأسمنت في مدخل المبنى. كانت زوجتي كلوديا هي ساعدي الأيمن، هي التي تصنع العلب، وهي مشرفة المخزن، وهي التي توصل الطلبات، وكان الكاراج هو المخزن».

وصل عدد المطاعم عام ١٩٦٣ إلى ٦٠٠ محل، وكان أكبر من أن يتحمله الكولونيل مع زوجته و١٦٧ عاملاً كانوا يعملون في مبنى مجاور خلف منزله. لذا، قرر أن يبيع امتياز مطاعم كنتاكي إلى جون براون جونيور، والى المليونير جاك ماسي مقابل مليون دولار وراتب شهري مدى الحياة ٤٠ ألف دولار (تم رفعه بعدها إلى ٧٥٠٠٠

دولار) مقابل الاستشارات والدعاية ومقعد له في مجلس إدارة الشركة. وارتفع عدد أصحاب الامتياز العام ١٩٧١ (٧ سنوات بعد بيعه الحقوق) إلى ٣٥٠٠ قبل أن تشتريها شركة هيوبلن.

توفي الكولونيل ساندرز العام ١٩٨٠، ودفن في لويزفيل. وفي العام ١٩٨٢ أصبحت مطاعم كنتاكي جزءاً من شركة رينولدز. وفي العام ١٩٨٦ أصبحت مطاعم كنتاكي جزءاً من شركة بيبسي كولا مقابل ٨٤٠ مليون دولار. تم افتتاح أول مطعم لكنتاكي في الصين العام ١٩٨٧، وغيرت الشركة الشعار، وحولته من كنتاكي فرايد تشيكن الى شعار KFC، حتى لا تعطي الشركة انطباعاً بأنها تبيع الدجاج المقلي فقط، بعد دخول أصناف أخرى كثيرة غير مقلية على قائمة مطاعم كنتاكي، وفي العام ١٩٩٥ بلغ عدد المطاعم ٩٠٠٠ مطعم، وكان المطعم الذي يحمل هذا الرقم في شنغهاي.

وكان ينظر الى المرآة ويقول لنفسه: "يجب أن تنجح يا هارلاند"

لقد كان الكولونيل هارلاند ساندرز مثالاً يحتذى في العزيمة والتصميم. يقف على رجليه بعد كل هزيمة ولا يلوم الظروف والقدر. يبحث دائماً عن منافذ لتحقيق حلمه، على الرغم من سنه ومن مرضه المؤلم.

لم يكن يعرف معنى الاستسلام إلى أن جعل للدجاج

نكهة خاصة ونظرة خاصة كانت موجودة في عقله ومخيلته، واستطاع أن يقنع العالم بها في مختلف أرجاء الكرة الأرضية.

ما تقدم هو حكاية نجاح رجل قهر الظروف من حوله، وكان واثقاً من نفسه ومن فكرته، وكان شجاعاً مقداماً وقدوة ومثالاً يحتذى لما يمكن تحقيقه بفكرة واحدة تسندها الإرادة والثقة والتصميم والمضي قدماً إلى أن تثمر وتتحقق.

بول غالفن

بائع «البوشار» يؤسس شركة عالمية

تعتبر شركة موتورولا من الشركات الرائدة في صناعة أجهزة الهواتف النقالة وغير النقالة، والأجهزة السلكية واللاسلكية والمرئية والمسموعة. ويعتقد الكثير من الناس بأنها عبارة عن شركة تصنع الهواتف، لكنها في الواقع لا تعتمد على أجهزة الاتصال فقط، حيث يشكل هذا المجال ٤٠ في المئة من مبيعاتها التي تشمل، أيضاً، مجال الكمبيوتر، أجهزة الراديو، واكسسوارات الكمبيوتر والاتصالات بمختلف أنواعها.

مؤسس شركة موتورولا مغامر مغمور اسمه بول غالفن، ولد عام ١٨٩٥ في ولاية ايليـنوي في الولايات المتحدة الأميركية. بدأ حياته العملية عندما كان في الثالثة عشرة من عمره، حيث عمل كبائع للفشار.

كان بول غالفن إنساناً طموحاً، وعلى الرغم من بدايته المتواضعة إلا أنه كان على يقين أنه سيكون له شأن مهم في

المستقبل من دون أن يعرف كيف ومتى؟

كانت البداية الحقيقية لبول غالفن العام ١٩٢٨ (٣٣ عاماً) حيث أسس مع أخيه جوزيف غالفن شركة «غالفن للتصنيع»، والتي انشئت بعدما اشترى الأخوان شركة البطاريات Stewart Storage Battery Company، عندما اعلنت افلاسها في شيكاغو، ووجداها فرصة مهمة، حيث جمعاً بعض المال الذي ساعدهما على الانطلاق في عالم الإبداع والابتكار.

بدأت الشركة بشكل متواضع جداً، وكانت تضم في البداية ٥ موظفين في شيكاغو، مجموع رواتبهم في الأسبوع الأول ٦٣ دولاراً أميركياً، ورأسمالها ٥٦٥ دولاراً نقداً، و٧٥٠ دولاراً كمعدات وأثاث، وتصميم واحد لعازل البطاريات.

ضمت الشركة في البداية ٥ موظفين في شيكاغو، مجموع رواتبهم في الأسبوع الأول ٦٣ دولاراً

كان نشاط الشركة منصباً على تطوير أجهزة الراديو لتعمل على البطارية بدل الكهرباء. وبعد سنة، بدأ غالفن بتصنيع أجهزة ارسال للراديو، وكان يحاول أن يخترع جهاز راديو نقالاً للشرطة الأميركية. وقد حققت الشركة نجاحاً مهماً خلال السنتين الأوليين، وبلغ حجم مبيعاتها ٢٥٦,٢٨٧ دولاراً مع نهاية العام ١٩٣٠.

استطاع بول غالفن أن يقنع بروفسور بارعاً في تصميم الأجهزة النقالة وأحد الرواد في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية ويدعى دانيال نوبل (١٩٠٢ - ١٩٨٠) بالانضمام إلى شركته عام ١٩٤٠، واستطاع بمساعدته ان يخترع أول جهاز لاسلكي وهو مزود بأجهزة ارسال في اتجاهين للقوات الحربية الأميركية. وقد ساعد هذا الجهاز كثيراً خلال الحرب العالمية الثانية، ويعد علامة بارزة في تاريخ الولايات المتحدة خلال الحرب.

يعد هذا الجهاز علامة بارزة في تاريخ الولايات المتحدة خلال الحرب

بعد نجاح التجربة مع الشرطة والجيش بدأت موتورولا بتصنيع أجهزة للاستعمال الشخصي والمنزلي، لكنها تفرغت للجهود الحربية خلال الحرب ودعمت الجيش والشرطة بخاصة، بعدماطرحت عام ١٩٤٣ الجهاز اللاسلكي الشهير الووكي تووكي والذي لعب دوراً مهماً في المعارك والاتصالات بين أوروبا وأميركا.

أعاد بول غالفن تسمية شركته العام ١٨٤٦ فأصبح اسمها Motorola بدل Galvin Manufacturer، لأنه يجمع بين الحركة والراديو. وقد أسهمت بشكل أساسي وفعال في تطوير أجهزة الاتصالات السلكية واللاسلكية خلال تلك الفترة، وأصبحت لها أسهم تباع لعامة الناس. وكان بول

غالفن يشجع موظفيه على شراء اسهم مقابل ٨،٥ دولارات للسهم الواحد. وأصدرت الشركة جريدة توزع على الموظفين أسمتها «صوت موتورولا» وكان يعتبرها بول صلة الوصل بين الإدارة وبين كل الموظفين وطريقة مثالية للاتصال والتوعية والتحفيز للوصول إلى أهداف الشركة المرسومة.

دخلت موتورولا مجال التلفزيون العام ١٩٤٨ وطرحت موديل VT71 والذي بلغ ثمنه ١٧٩ دولاراً، وكان أول تلفزيون يبلغ ثمنه أقل من ٢٠٠ دولار. وقد بيع من هذا الجهاز أكثر من مئة ألف جهاز في عام واحد، وأحدث نقلة نوعية للشركة ووضعها في القمة.

بعد نجاحها خلال الحرب استطاعت موتورولا اقناع شركات فورد وكرايزلر بتجهيز سياراتها براديوات السيارات من صنعها. ثم حققت صفقة مهمة جداً، وذلك باقناع شركة GM بتجهيز جميع السيارات التي تصنعها براديو السيارات «موتورولا».

استطاعت موتورولا اقناع شركات فورد وكرايزلر بتجهيز سياراتها براديوات السيارات من صنعها

حاولت الشركة دخول مجال سخانات السيارات ولكنها منيت بفشل ذريع، ففضل بول غالفن التركيز على المنتجات السلكية واللاسلكية والإلكترونية. وكان هذا الخيار صائباً لأن مكانة وسمعة

الشركة كانت في هذا المجال. وكان دانيال نوبل قد انشأ مركز موتورولا للأبحاث والتطوير في فينيكس - أريزونا. ومع حلول العام ١٩٥٠ وصلت مبيعات الشركة إلى حوالي ١٧٧ مليون دولار، وعدد موظفيها تعدى التسعة آلاف.

واجهت موتورولا بعد نجاحها عوائق وعقبات كثيرة بسبب دخول عنصر المنافسة

واجهت موتورولا بعد هذا النجاح عوائق وعقبات كثيرة بسبب دخول عنصر المنافسة. وفي العام ١٩٥٥ غيرت الراديو والاتصال. وكانت نقطة التركيز تطوير الأجهزة لجعلها أصغر وأقوى وأرخص وتستهلك بطاريات أقل.

توفي بول غالفن العام ١٩٥٩ فخلفه ابنه روبرت في رئاسة الشركة بعدما كان مديرها العام، ومشى على خطى والده. واشترت الشركة في العام نفسه مصنعاً متخصصاً في صنع أجهزة الاتصال داخل المستشفيات، وكان هذا الأمر سبباً رئيسياً وأساسياً لاختراع جهاز النداء Pager. كما انتقلت الشركة خلال تلك السنة إلى مكاتب جديدة ومتطورة، أصبح مقرها في فرانكلين بارك في ايلينوي. طرحت بعدها جهاز اتصال نقال لا يستهلك كثيراً من البطارية، ويمكن تشغيله على بطارية السيارة.

ومن خلال توسعها الدائم بلغ عدد موظفي «موتورولا»

العام ١٩٦٠ حوالي ١٤٧٤٠ موظف ومبيعاتها نحو ٣٠٠ مليون دولار انتقلت بعدها إلى مجال جديد فأسهمت في تنفيذ مشاريع لبناء الاتصال مع المركبات الفضائية وأهمها Mariner II التي استكشفت الكواكب الأخرى، ومنها القمر والمريخ.

كانت كلمات نيل ارمسترونغ من القمر تبث إلى الأرض عبر جهاز طورته وصنعته موتورولا

وفي خطوة توسعية جديدة اشتركت موتورولا مع شركة National video في تطوير جهاز التلفزيون الملون. وفي العام ١٩٦٧ طورت شعارها وأصبح ضمن دائرة، وانطلقت عالمياً وبقوة، عبر فتح مصانع في دول عدة منها استراليا، انكلترا، ألمانيا، ماليزيا، المكسيك وبورتوريكو. وتعاقدت مع شركات للإنتاج المشترك في فرنسا واليابان.

في العام ١٩٦٩ كانت كلمات نيل ارمسترونغ من القمر تبث إلى الأرض عبر جهاز طورته وصنعته موتورولا، وبالتحديد من قسم يعمل تحت لوائها اسمه Government Electronics Division وTd. وفي العام ١٩٧٠، وخلال ١٠ سنوات فقط قفز عدد موظفيها من ١٤،٤٧٠ موظفاً إلى ٣٦٠٠ موظف، ومبيعاتها من ٣٠٠ مليون دولار إلى حوالي ٨٠٠ مليون دولار. ومازالت الشركة في تطور مستمر.

أسهمت شركة موتورولا بشكل فعال وأساسي في تطوير كل ما يمت بأجهزة الاتصال والأجهزة السمعية والمرئية، ويرجع إليها الفضل الكبير في التطور التكنولوجي في هذه المجالات.

هل كان متوقعاً من بائع بوشار بول غالفن أن ما بدأه لن يصل إلى كوكب الأرض فقط بل إلى الكواكب الأخرى كالقمر والمريخ. هذا ما حصل فعلاً، وحكاية نجاحه ونجاح شركته تثبت أن الإنسان قادر على الابتكار إذا كانت لديه الرغبة مهما كانت إمكاناته ضئيلة ومتواضعة.

عندما اكتسح هوندا الأسواق كافة

الانطلاق من تحت الصفر

من الشخصيات الشهيرة التي انطلقت فعلاً من تحت الصفر والفقر المدقع، وحققت نجاحاً باهراً، مؤسس شركة «هوندا» سيكيرو هوندا.. الإنسان الذي لم يتوافر لديه أي مصدر من مصادر النجاح، فهو فاشل في الدراسة وترك المدرسة من الصف الثامن.

كان يجهل كل شيء عن الهندسة الميكانيكية، الإدارة، التسويق، التوزيع والادارة المالية. كما أن عائلته كانت فقيرة ومعدمة، بدليل ان ٥ من أطفال عائلته توفوا بسبب سوء التغذية، ولانعدام الموارد المالية والاقتصادية.

كيف انطلق سيكيرو هوندا، الطفل الذي كان حلم حياته وهو صغير ان يملك سيارة صغيرة؟ وكيف وصل إلى ما وصل إليه من نجاح أثار حسد واستغراب منافسيه الألمان والأميركيين، وحتى اليابانيين؟ وكيف واجه المصاعب على الرغم من كل الظروف السيئة من حوله؟

ولد سيكيرو هوندا في عائلته الفقيرة جداً في مقاطعة هماماتسو البعيدة في اليابان، في ١٩٠٦/١١/١٧. ولا

تبعد هذه المنطقة كثيراً عن مسقط رأس أكيو موريتا مؤسس شركة «سوني». كان والد هوندا حداداً فقيراً يصلح الدراجات الهوائية على الطريق. وساعده هذا المحيط الذي عاش فيه على االتعلق بالدراجات. وقد ساعدته ارشادات والده كثيراً في حياته العملية.

سيكيرو هوندا الطالب الفاشل الذي يتهرب من اداء واجباته المدرسية كان كثير النقد والنقمة على النظام الدراسي وأسلوب التعليم. أنه يحب التعلم بالممارسة خصوصاً من التجربة والخطأ، ويعشق السيارات والآليات ويقول عن ذلك: «لقد تسمرت امام أول سيارة رأيتها، وأعتقد بأن هذه اللحظة ولدت لدي فكرة اختراع سيارة من تصميمي على الرغم من أنني كنت ولداً فاشلاً في تلك الأيام».

عائلته كانت فقيرة ومعدمة، بدليل ان ٥ من أطفال عائلته توفوا بسبب سوء التغذية

ترك هوندا المدرسة العام ١٩٢٢ وكان عمره ١٥ عاماً. ثم ترك قريته وتوجه إلى طوكيو وعمل في محل لتصليح السيارات لمدة ٦سنوات، حيث تعلم الكثير قبل ان يقترض مالا ليفتح أول محل لتصليح السيارات العام ١٩٢٨.

حصل هوندا في السنة نفسها على براءة اختراع لتصميمه مكابح معدنية للسيارات، بعد أن كانت مصنوعة من الخشب. وكانت هذه الفكرة بدايته إلى عالم الابتكار، حيث

سجل أكثر من ٤٧٠ ابتكاراً وأكثر من ١٥٠ براءة اختراع باسمه.

بدأ هوندا في العام ١٩٣٨ بتصميم حلقة الكباس Piston rings التي اغرم بها من خلال عمله في محل تصليح السيارات، لشركة «تويوتا» في اليابان، وكان قد أسس مصنعاً صغيراً ليقوم بهذا العمل، لكن قنبلة أصابت مصنعه وشلته عن العمل. وفي العام ١٩٤٥ دمر المصنع تماماً بعدما ضربه زلزال، وأصيب هوندا بالاحباط والخوف بعدما أصبح معدما تماما ودمر كل شيء من حوله.

كان سيكيرو هوندا طالباً فاشلاً يتهرب من اداء واجباته المدرسية

انتهت الصدمة. وقف هوندا مرة ثانية على قدميه بعد دخوله سوق الدراجات النارية بمحض المصادفة. فقد عانى هوندا من انقطاع البترول ولم يستطع قيادة سيارته، فساعدته قريحته على ربط دراجته الهوائية بمولد صغير وجده في مخلفات «الموتورات» الفائضة، وكان يعمل على الكيروزين الذي كان متوافراً في ذلك الوقت. هذه الطريقة السهلة الانيقة كانت حلاً مهماً لهوندا. وقد أعجب هذا الاختراع اصدقاؤه فطلبوا منه تصميم ١٢ دراجة نارية أيقن هوندا انه يوجد سوق كبير لما اخترعه.

أسس هوندا شركته العام ١٩٤٨ وأعطاها اسمه «شركة

هوندا» وحصل على براءة اختراع لتصميم الدراجات النارية.

طرح هوندا موديله الأول «D» نسبة إلى «دريم أو حلم». وطرح موديل «E» العام ١٩٥١. وعندما قدم موديل The Super Cub في الولايات المتحدة الأميركية العام ١٩٥٨ كان هوندا قد أصبح أكبر مصنع للدراجات النارية في اليابان، متفوقاً على ٢٥٠ منافسا (٥٠ منهم يابانيون).

كان شعار الحملة الاعلانية الاولى: "ستقابل ألطف الناس عندما تقود دراجة هوندا"

اجتذب موديل «سوبر كاب» المراهقين والاناث، وكان ذلك نقلة نوعية. وقد حقق هذا الموديل نجاحاً باهراً في الولايات المتحدة، بخاصة بعد شعار الحملة الدعائية الناجح جداً «ستقابل ألطف الناس عندما تقود دراجة هوندا». وقد نسي الناس الدراجة الهوائية بسبب الدراجات النارية التي طرحها هوندا.

كان سعر الدراجة النارية مناسباً ومكانيكياً، وكانت الدراجة ممتازة، لذلك اندفع الملايين من كل الاعمار لشراء دراجة هوندا النارية بعدما كانت تجتذب الأغنياء فقط.

بدأ ازدهار شركة هوندا العام ١٩٦١، عندما بدأت تشحن ١٠٠,٠٠٠ دراجة نارية إلى الولايات المتحدة. وفي العام ١٩٦٨ كان مجموع الدراجات المشحونة إلى

الولايات المتحدة مليون دراجة. وفي أواسط الثمانينات كانت شركة هوندا قد اخذت ٦٠ في المئة من حصة السوق. وفي العام ١٩٩٠ كانت تشحن ٣٠٠٠٠٠٠ دراجة في السنة. وهكذا حقق هوندا حلمه في عالم الدراجات النارية. وقد جعل هذه الدراجة في متناول الجميع، وبذلك اصبح جاهزاً لاجتياح عالم السيارات.

دخل هوندا، الطموح دائماً، عالم السيارات العام ١٩٦٢ عندما بدأ بتصميم سيارات للسباق، على الرغم من معارضة وزارة الصناعة اليابانية، بسبب تكاثر مصنعي السيارات في اليابان.

لكن هوندا لم يأبه، كما أهمل كل ما تنبأ له بالفشل في البداية. ودخل فعلياً سوق السيارات العام ١٩٧٠، وكان قبله لم ينجح أحد منذ العام ١٩٢٥ بدخول كرايزلر السوق، حيث فشل بعدها أكثر من ١٠ شركات في النجاح. وبتصميم هوندا وعزمه استطاع ان يتخطى الجميع وينجح ويحلق عالمياً.

انتجت هوندا محركات تحافظ على البيئة حسب مواصفات الحكومة الأميركية

دخل هوندا السوق من نقطة ضعف وهي نتاج محركات تحافظ على البيئة حسب مواصفات الحكومة الأميركية. ولم يكن أحد من العمالقة في صناعة السيارات كجنرال موتورز، فورد، كرايزلز، تويوتا، نيسان،

مرسيدس بنز، بي أم دبليو، وبورش، قد نجح باختراع محرك يفي بهذا الغرض. وقد أحرج هوندا الجميع عندما قام باختراع أول محرك يقاوم التلوث البيئي (CVCC) وطرح أولى سياراته بالمحرك الجديد العام ١٩٧٥ الـ Civic وتعني «المدنية» (أي السيارة المدنية)، التي لاقت نجاحاً باهراً فور طرحها في السوق.

طرح أولى سياراته بالمحرك الجديد العام ١٩٧٥ الـ Civic وتعني "المدنية" (أي السيارة المدنية)

استمر هوندا باستراتيجيته (السهل الممتنع) التي استعملها في صناعة الدراجات.

كان هوندا ثورياً ولم يكن محبوباً في مجتمع مصنعي السيارات في اليابان، بخاصة عندما حصلت أزمة البترول العام ١٩٧٤، وقرر مصنعو السيارات في اليابان رفع أسعار السيارات وتخفيض الإنتاج، أما هو فكان الوحيد الذي رفض هذه الفكرة وحاربها، كما فعل هنري فورد قبله بخمسين عاماً. وكرد على القرار ضاعف هوندا الإنتاج وخفض الأسعار، وأثبت هذا القرار صوابيته، وبالفعل انخفضت مبيعات «نيسان» و«تويوتا» ٤٠ في المئة، وارتفعت في المقابل مبيعات هوندا ٧٦ في المئة واستمرت في التصاعد. وفي العام ١٩٨٣ كانت هوندا قد أصبحت أسرع الشركات تطوراً في العالم.

كان هوندا في صباه شخصاً لعوباً ويعرف بـ «بلاييوي

هماماتسو» قبل أن يتزوج ويرزق بولدين وابنتين. عرف بين موظفيه بالسيد «عاصفة»، إذ كان ينفجر غضباً عندما يقوم أي موظف بعمل غبي أو أحمق. وعلى الرغم من ذلك كانوا يتجنبون اغضابه. وكان يقول لموظفيه: «أن العجلة الحقيقية التي تقوم بالعمل بها لتصنيع العجلة النارية هي عجلة دماغك». انه الباحث عن الكمال في كل شيء في نفسه وفي اختراعاته.

عرف بين موظفيه بالسيد "عاصفة"، إذ كان ينفجر غضباً عندما يقوم أي موظف بعمل غبي أو أحمق

كان شخصاً عديم الصبر وثورياً، ولكنه كان يمتلك عزيمة لا تقهر ولا يستسلم ابداً لأية مشكلة، فهو ضد كل ما هو تقليدي، ومن مبادئة التجدد الدائم والابتكار، ويقبل الأخطاء كجزء من تطوره. ومن أشهر ما قاله عن ذلك عندما تسلم دكتوراة فخرية من جامعة ميتشيغان التقنية: «عندما أنظر الى الوراء، أحس بأنني لم أحصد سوى أخطاء سلسلة من الأعمال الفاشلة، والكثير من الندم. غير أنني في المقابل فخور بما حققته، وعلى الرغم من أنني قمت بالكثير من الأخطاء، واحداً تلو الآخر، لكن ليس هناك خطأ أو فشل تكرر مرتين. لذلك، أؤكد لكم ان النجاح يمثل ١ في المئة من عملنا الذي ينتج عن ٩٩ في المئة من فشلنا».

وشجع هوندا الاختبارات العلمية وكان يقاوم أية

محاولة لتحجيمه أو تحجيم شركته عبر النظم التقليدية والروتينية. وقد صرح لـ «نيويورك تايمز» قائلاً: «تقوم حكومتنا بالدفاع عن المصلحة العامة، لكنها تضع العوائق عندما تريد أن تخترع شيئاً جديداً. أنا ضد طرق الادارة التقليدية، وأعتقد بأن الموظف يعمل بشكل أفضل، إذا كان ذلك بإرادته ورغبته، مقارنة بالموظف الذي يتلقى أوامر ويقوم بها مرغماً». وقد أثبت علماء النفس صحة هذا الكلام وعلم الإدارة الحديث كذلك.

ويعدّ هوندا مخاطراً من الدرجة الأولى، إذ كان يقود سيارات السباق بصورة جنونية، وأوشك على أن يلقي حتفه خلال أحد السباقات التي ربحها، ووصل إلى خط النهاية على الرغم من تحطم سيارته، وقبع في المستشفى لمدة ٣ أشهر، وقد نصحه الأطباء بعدم الاشتراك في سباق السيارات بعد الحادث، ومع ذلك تعلم قيادة طائرة الهليكوبتر عندما كان في الستين من عمره.

على الرغم من أنني قمت بالكثير من الأخطاء، لكن ليس هناك خطأ أو فشل تكرر مرتين

كان هوندا منافسا شرساً لا يعترف بالخسارة أبدا، ولديه استعداد للمخاطرة بكل شيء إذا اقتنع بفكرة ما. وقراره بمضاعفة الإنتاج وتخفيض السعر خلال أزمة «أوبك» في أواسط السبعينات كان عملاً بطولياً، ولو لم تثبت الأيام صوابية قراره حينها لكانت

شركة هوندا في مهب الريح، ولم تكن الشركة العملاقة التي هي عليه الآن.

أؤكد لكم
ان النجاح يمثل
١٪ من عملنا
الذي ينتج عن ٩٩٪
من فشلنا

قصة أخرى عن روح المنافسة لديه هي عندما قرر هوندا الدخول إلى سوق السيارات.. فقد رأت شركة «ياماها»، منافس هوندا اللدود في سوق الدراجات النارية، فرصة لسحب البساط من تحته، بخاصة انه في تلك الايام كانت شركة هوندا تعاني مادياً، فخفضت «ياماها» اسعارها وأنزلت موديلات جديدة آخذة بعين الاعتبار ان سيكيرو هوندا مشغول بتصنيع السيارات. لكنه رد بجمع كل قواه ومصادره كمن دخل حرباً حتى الممات.

عن روح التنافس الشديد لدى سيكيرو هوندا، يقول أكيو موريتا مؤسس «سوني»: «لقد رد هوندا على الرغم من الوضع المالي السيئ للشركة. فقد كان يطرح موديلاً جديداً كل أسبوع لمدة سنة. لم تستطع «ياماها» الاستمرار بعد هذا الرد، وحصلت استقالات جماعية لعدد من الإدارة العليا لياماها».

فعل هوندا لسوق الدراجات النارية كما فعل فورد لسوق السيارات. لقد أخذ سوقاً نائماً وراكداً وجعله حياً ونشطاً. كانت عزيمته من أهم صفاته، وقد قاد صناعة

الدراجات النارية عملياً من أواسط الخمسينات وحتى أوائل التسعينات.

حصلت سيارته «هوندا أكورد» على شرف احتلال المركز الأول للسيارات الأكثر مبيعاً في العالم الأعوام ١٩٨٩، ١٩٩٠، ١٩٩١، و١٩٩٢ حسب احصاءات مجلة Car & Track. وفي العام ١٩٩١ تم تصميم أكثر السيارات الرياضية شعبية The NSX. وفي العام ١٩٩٣ احتلت سيارة «أكورد» أفضل مركز في الولايات المتحدة الأميركية. وحققت الموديلات الأخرى لهوندا كسيارة «بريليود» و«يفيك» نجاحات باهرة، كل ذلك بفضل تجسيد هوندا للتصميم والعزيمة في حياته.

توفي هوندا في ١٩٩١/٨/٥ في طوكيو تاركاً وراءه الكثير من الانجازات والنجاحات والدروس والعبر.

لم يكن أحد يعتقد بأن الطفل الفقير المعدم والآتي من قرى اليابان البعيدة، والمسلح بالطموح والأحلام والعزيمة والاصرار، يمكنه أن يغزو العالم بأفكاره وابتكاراته ومنتجاته، والتي غيرت العالم إلى الأفضل، وجعلت اسم هوندا المغمور وغير المعروف اسماً يعرفه كل الناس في كل أرجاء الكرة الأرضية.

كيرك كريستيانسن

عامل نجارة يؤسس أشهر الألعاب

إستطاعت شركة Lego الشهيرة ان تستثير مخيلة الاطفال وتنميها بشكل مثمر وفعال.

شعار هذه الشركة مبني على القاعدة الآتية:

«ألعابنا تجعل الأطفال أذكى»، ولكن مع مرور الوقت استطاعت هذه الشركة أن تثبت ان قطع Lego نفسها أصبحت ذكية وعملية.

وقد بدأت هذه الشركة بداية متواضعة نسبياً، وتطورت من كل النواحي، وأصبحت قطعها البلاستيكية الشهيرة مجهزة بألعاب كمبيوتر وتكنولوجيا متقدمة تجسد الألعاب وتجعلها تظهر وكأنها حقيقية وتتفاعل مع الصوت والصورة بحركات مدهشة.

قطع Lego موجودة في اغلب منازل الكرة الأرضية، بخاصة في أوروبا وأميركا. وتصنع في مصانع ضخمة في البرازيل، الدانمارك، كوريا الجنوبية وسويسرا، اضافة الى

الولايات المتحدة الأميركية.

وفي احصاء مميز انتجت الشركة حوالي ١٩٠ مليار قطعة منذ العام ١٩٤٩. وقد بدأت بقطع صغيرة وبسيطة تطورت مع الزمن وأصبحت كبيرة ومتطورة. ولم تكتف الشركة بطرح قطع الألعاب، انما بنت مدن ألعاب شهيرة اسمتها Legoland، منها اثنتان في الدانمارك وبريطانيا، وواحدة ستفتتح في العام ١٩٩٩ في سان دييغو، كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأميركية، وتتضمن هذه الأماكن العاباً للكبار والصغار، كما أنها موجودة في والت ديزني في أماكن مخصصة.

مصادفة، اكتشف كيرك كريستيانسن ان كلمة «ليغو» تعني باللاتينية «أنا اتعلم»

من نقلات الشركة النوعية اتجاهها الى عالم ألعاب الفيديو وبرامج الكمبيوتر، فهذه الألعاب تماشت مع تطورات العصر وتطورت معه بشكل ممتاز ليكتسب الأطفال مهارات ذهنية وقدرات ابداعية مع تطور عصرهم. وقد وصلت بألعابها الى اكثر من ٣٠ دولة.

مؤسس الشركة نجار اسمه أولي كيرك كريستيانسن اكتسب خبرته من خلال ممارسته المهنة في مصنع للنجارة العام ١٩١٦ في الدانمارك. وقد احب ان يخترع شيئاً مميزا من خلال الخشب، فافتتح العام ١٩٣٢ منجرته الخاصة به،

واستطاع ان يصمم العاباً مصنوعة من الخشب، فكانت فكرة مبتكرة ومميزة. بعدها بسنتين (١٩٣٤) طرح أولي كيرك كريستيانسن مسابقة لموظفيه لتسمية اسم الشركة. ومن خلال احدهم تمت تسميتها Lego، التي كانت كلمة تجمع بين كلمتين دانماركيتين Leg و Godt. وتعني هاتان الكلمتان «العب جيداً».

مصادفة، اكتشف أولي كيرك كريستيانسن ان كلمة «ليغو» تعني باللاتينية «أنا اتعلم». وقد بدأ شركته من خلال ٦ موظفين، وكان شعاره الذي علقه على الحائط خلف مكتبه: «فقط الأفضل هو الجيد كفاية Only the best is good enough».

بدأ بستة موظفين، وكان شعاره الذي علقه خلف مكتبه: "فقط الأفضل هو الجيد كفاية"

العام ١٩٣٦، كان لدى الشركة ٤٩ تصميماً مختلفا للألعاب الخشبية، وكانت اسعارها مقبولة ومعقولة. ومن سوء حظ أولي كيرك كريستيانسن دمر حريق هائل مصنعه البالغة مساحته ١٨٠ متراً مربعاً في طابقين العام ١٩٤٢، ولكن هذا الحريق لم يجعله في حالة يأس على الاطلاق، فرأى فيه فرصة لتطوير عمله وتصنيع ألعاب أفضل. وبعد ترميمات أولية عادت الشركة للتصنيع من جديد، وبلغ عدد الموظفين حينها ٤٠ موظفاً.

توجه كريستيانسن بعد الحرب العالمية الثانية العام ١٩٤٧ الى ادخال البلاستيك الجيد الى العابه فظهرت قطع Lego بالشكل البلاستيكي الذي تعودناه.

وبينما كان ابن كريستيانسن، والذي بدأ العمل مع والده منذ أن كان عمره ١٢ عاماً، ويدعي غاتفرد، يزور معرضاً لالعاب الأطفال استمع بانتباه شديد الى شكاوى الزبائن من عدم وجود نظام ألعاب شامل ومفيد.

كان تفعيل دور الموظفين في اتخاذ القرارات، يشكل مبدأ أساسياً لدى كريستيانسن وابنه

تأثر غوتفرد بما سمعه وجمع ١٠ مواصفات اساسية لاعادة تصميم «ليغو». وبعد مشاورات عميقة مع كل الموظفين، وكان هذا الأمر يشكل أساساً لدى كريستيانسن وابنه، وهو تفعيل دور الموظفين في اتخاذ القرارات، طرحت «ليغو» أول لعبة محترفة العام ١٩٥٥، وأصبحت بعدها لعبة من أفضل الألعاب في أوروبا، بعدما امتدت شهرتها إلى هناك.

تضمنت هذه اللعبة ٢٨ قطعة مركبة. وتم تأسيس اول شركة «ليغو» خارج الدانمارك في العام ١٩٥٦، وكان ذلك في ألمانيا، واحتفل باليوبيل الفضي وتم تعيين غوتفرد كريستيانسن مديراً عاماً للشركة. وفي العام ١٩٥٨ مات أولي كيرك كريستيانسن وأصبح ابنه على قمة الهرم.

وللمرة الثانية يأتي حريق على المصنع بسبب القطع

الخشبية التي كانت الشركة تصنع بعضها، فكان هذا الحريق الدافع الحقيقي لكريستيانسن الابن للتوقف تماماً عن تصنيع الألعاب المصنوعة من القطع الخشبية، والتركيز على البلاستيك.

انتشرت سمعة «ليغو» خارج أوروبا، وبدأت الشركة بالتصنيع والتوزيع في الولايات المتحدة العام ١٩٦١ تحت رخصة شركة سامسونايت المصنعة للحقائب.

تم بعدها بناء مدينة ألعاب مشيدة بقطع «ليغو» في بيلوند في الدانمارك، وكان ذلك العام ١٩٦٨، وقد بلغ عدد القطع المستعملة في بناد بارك «ليغولاند» ٤٢ مليون قطعة «ليغو».

ومن باب الابتكار بدأت الشركة تطرح ألعاباً جديدة تحت اسماء مختلفة مقرونة بشعارها. وكان ايمان الشركة بالاعلان كبيراً. لذا خصصت ميزانية ضخمة للدعاية والحملات الترويجية عبر التلفزيون، مما جعل المبيعات تتضاعف بشكل مثير عام ١٩٧٥.

كان ايمان الشركة بالاعلان كبيراً. لذا خصصت ميزانية ضخمة للدعاية والحملات الترويجية

طرحت الشركة، بعد قطع «الليغو» البلاستيكية، ألعاباً أكثر تعقيداً اسمتها Lego Technic، وهي تعتمد على قطع حديدية تربط بالبراغي بشكل جيد.

وتنالت الابتكارات مختلفة

الأنواع، وهي تركز بشكل رئيسي على زيادة القدرة على الابتكار والإبداع وتطوير الملكات الذهنية، وجعل الأولاد في حالة نفسية تساعد على صنع الحلول وخلق شيء من لا شيء.

وقد ابدعت الشركة بالفعل في بناء القلاع والمباني والحدائق والاثاث من قطع «ليغو» وأصبحت كل الاحتمالات واردة وممكنة.

يرأس الشركة حالياً حفيد أولي كيرك كريستيانسن، والذي توارث أبا عن جد أهم مصانع ألعاب الأطفال التي بدأت من فكرة بسيطة وسهلة وشقت طريقها من بلد إلى بلد، وزرعت البسمة على شفاه الأطفال، وأصبحت تعني لهم اللهو واللعب بأسلوب مميز ومفيد يطلق للمخيلة العنان.

كشك صغير وراء سلسلة «ماريوت»

حجزت سلسلة فنادق «جي دبليو ماريوت» وتوابعها مكانة راقية ومهمة على خارطة العالم، وأصبح اسمها معروفاً في مختلف أنحاء العالم.

وتملك الشركة أكثر من ١٤٧٥ فندقاً، وتشغل ٦ في المئة من سوق الولايات المتحدة الأميركية. ومن الأسماء المعروفة التي تملكها شركة ماريوت العالمية. رامادا رونيسانس Renaissance، ريزيدنس ان، ريتز كارلتون، تاور بليس سويتس، نادي ماريوت للعطلات و ٣٠٠ مركز لتوزيع الأغذية.

هل تعتقد، عزيزي القارئ بأن هذه الانجازات الضخمة بدأت بقرارات من أشخاص متخصصين في عالم الفنادق، أو برأسمال ضخم وخبرات عظيمة؟

في الحقيقة كل ما تنعم به هذه السلسلة الآن سببه شخص يدعى «جي ويلارد ماريوت»، الذي بدأ بداية متواضعة، ومن كشك صغير لبيع المشروبات، ولم يكن يظن هو نفسه أن ما بدأ به سيصل إلى ما وصل إليه الآن

من نجاح وشهرة.

ولد جي ويلارد ماريوت في ١٧ سبتمبر (ايلول) من العام ١٩٠٠ في ولاية أوتاه في الولايات المتحدة الأميركية. والده كان راعياً للماشية. درس في مدرسة ويبير في أوغدن، ثم دخل جامعة أوتاه في سانت ليك سيتي.

كان طموحاً ولديه نزعة للاستقلالية بشكل كبير، ولم يكن يحب ان يعمل عند الآخرين، كما كان يكره ان يتلقى أوامر من أحد. تزوج وهو في الخامسة والعشرين مع عمره. وقرر ان يفتح مع زوجته، وتدعى «آليس»، كشكاً صغيراً كان يحتوي على ٩ مقاعد لبيع المشروبات في واشنطن.

حدث ذلك عام ١٩٢٧، وبعدها بفترة وجيزة اضاف الزوجان وجبات ساخنة، وأعطيا لكشكهما الصغير اسم «هوت شوب».

تزوج في الخامسة والعشرين مع عمره. وقرر ان يفتح مع زوجته، كشكاً صغيراً لبيع المشروبات

كان المكان يقدم وجبات شهية، وأصبح لديه زبائنه وكان منطقياً أن يبدأ الزوجان بالتوسع وفتح أول مطعم «هوت شوب» درايف إن في جادة جورجيا، وذلك في ١٩٢٧/٧/٢٧

وفي ١٩٢٩/٧/١٠ ، سجل جي دبليو ماريوت شركته رسمياً، وبدأ يحلم بفتح فروع متعددة في مختلف الولايات المتحدة الأميركية. وفي الوقت نفسه كان يفكر في طرق

يستطيع أن يصل عبرها إلى أكبر عدد من الناس. وبدل أن يأتي الناس إليه، يستطيع أيضاً أن يصل إليهم.

بعد صبر ومحاولات عدة بخاصة في ظروف اقتصادية ومعيشية صعبة ونقص في المواد الأولية بسبب الحرب العالمية الثانية، استطاع في أكتوبر (تشرين الثاني) العام ١٩٣٧ ان يبتكر وجبات خاصة للرحلات الداخلية لشركات الطيران في قاعدة هوفر. وكانت الفكرة ناجحة جداً بخاصة لجهة السرعة في التحضير والتسليم.

لم يتوقف جي دبليو ماريوت في البحث عن طرق يزيد فيها من توسعه وتطوره، وكان تركيزه الدائم على المؤسسات الحكومية والشركات التي يعمل لديها الآلاف من الموظفين. وانصب تفكيره على البيع بالجملة، ونجح مرة ثانية في كسب عقد توزيع أغذية لمبنى الخزينة الأميركية ولوزارة الدفاع والكافتيريات الموجودة فيها.

وكان تركيزه الدائم على المؤسسات الحكومية والشركات التي يعمل لديها الآلاف من الموظفين

وبسبب طموحه اللامحدود ولأنه كان يعتبر الروتين عدوه الأول، قرر جي دبليو ماريوت ان يفتتح أول فندق صغير يحمل اسم The Marriott Motor Twin Bridges Hotel في أرلنغتون في ولاية فرجينيا، وقد اعتبرت سلسلة مطاعمه المتواضعة «هوت شوب» من أكثر المطاعم

الأميركية نمواً بين العامين ١٩٥٠ - ١٩٦٠.

في العام ١٩٦٤ أصبح عمر جي دبليو ماريوت ٦٤ عاماً، ولم يعد قادراً على العطاء كالسابق، ولكنه كان إنساناً بعيد النظر، وكان ابنه جي دبليو ماريوت جونيور قد بلغ الثانية والثلاثين، واقتنع ماريوت الأب بأن الوقت قد حان لتسليم كل شيء لابنه بعدما تربى على القناعة والمفاهيم نفسها، فغير اسم الشركة إلى ماريوت هوت شوب، وانتخب ماريوت الابن مديراً عاماً في نوفمبر العام ١٩٦٤ لكن ماريوت الاب ظل رئيساً لمجلس الإدارة حتى وفاته.

النجاح لا يعني ان تنجح وحدك من دون الآخرين

كانت لدي جي دبليو ماريوت قناعات ساعدته على النجاح بشكل كبير، ومنها أن النجاح لا يعني ان تنجح وحدك من دون الآخرين، والنجاح لا يعني أن ينتهي بانتهاء حياة الإنسان، إنما نجاحه الأعظم يكمن في زرع طموحه وحماسته في الآخرين، وأن يحملوا اسمه وفكره، لأن الإنسان يبقى بفكره واسمه من خلال الأجيال التي تأتي من بعده.

وفعلاً، لم يخيب ماريوت الابن ظن أبيه به، فكان حريصاً على ما أسسه والده، وتخطت الشركة حدود الولايات المتحدة الأميركية، وأصبحت تزود بعض خطوط

الطيران بالأطعمة في كاراكاس في فنزويلا.

تغير اسم الشركة كلياً إلى «شركة ماريوت العالمية» في ٢١ نوفمبر ١٩٦٧، واستمرت في التوسع، وأصبحت من أهم الشركات التي تؤمن الوجبات والأطعمة، خاصة بعد أن نالت حق سلسلة مطاعم «Big Boy» والبالغة ٢٢ مطعماً.

لا يجب أن ينتهي النجاح بانتهاء حياة الإنسان

انتقلت الشركة إلى مقرها الفخم في ميرلاند عام ١٩٧٩، وفي ٣/٣/١٩٨٢ نالت الشركة حق إدارة سلسلة مطاعم (Host) ومن بعدها سلسلة مطاعم (Gino) للوجبات السريعة، ما كرس احتلالها المرتبة الأولى في تزويد الوجبات السريعة والمشروبات للمطارات والرحلات.

في أكتوبر العام ١٩٨٣ دخلت شركة ماريوت عالم العطلات بعد أن تبنت مجموعة منتجعات اميركا وبدأت تسويق برامج العطلات وتخطيط الرحلات السياحية (Time share). وفي العام ١٩٨٥ كسبت الشركة شركة «هوارد جونسون» وبعدها خطت شركة ماريوت خطوة كبيرة وذلك بتبني شركة ساغا لإدارة خدمات المطاعم والوجبات، ما جعلها بجدارة شركة الأغذية الأولى في الولايات المتحدة.

توفي جي دبليو ماريوت الأب في ١٣/٨/١٩٨٥ عن عمر يناهز الرابعة والثمانين في منزله الصيفي في نيوهامشاير، وخلفه ابنه في رئاسة مجلس الإدارة في ٣/١٠/١٩٨٥.

عند وفاة ماريوت الأب كان لدى شركة ماريوت العالمية ١٤٠٠٠٠ موظف في ٢٦ دولة، وتدير ١٤٠٠ مطعم، ولديها ١٤٣ فندقاً ومنتجعاً في ٩٥ مدينة. ومعدل مبيعاتها ٣ مليارات و ٥٠٠ مليون دولار.

دخلت شركة ماريوت بعد وفاة مؤسسها مراحل جديدة وأسواقاً جديدة لتغطي جميع الميزانيات. كان ذلك في العام ١٩٨٧ عندما اسست (ماريوت سويتس) وريزيدنس وفيرفيلد ان، كما أسست قسماً يعني بتقديم الغذاء والسكن والعناية للعجزة العام ١٩٨٨، قسمت الشركة عملياتها إلى قسمين العام ١٩٩٣: هوست ماريوت لامتلاك الفنادق وماريوت انترناشيونال لإدارة الفنادق. ومازالت الشركة تقوم بأعمالها بنجاح كبير. وما زال جي دبليو ماريوت الأبن رئيساً لمجلس إدارة الشركة حتى يومنا هذا وعمره ٦٥ سنة.

في أكتوبر العام ١٩٨٣ دخلت شركة ماريوت عالم العطلات (Time share)

كانت هذه حكاية نجاح جون ويلارد ماريوت الذي لم يكن يعلم أن كشكه الصغير

والمزود بتسعة مقاعد سيصبح لديه هذا الانتشار وآلاف الفروع في العالم. وقد حقق حلمه قبل وفاته وكرس فلسفته القائلة «لا يعتبر النجاح نجاحاً إذا لم يستمر من جيل إلى جيل ومن زمن إلى زمن»، وهو ما ترجمه إلى واقع.

فريدريك سميث
صاحب الشخصية الساحرة

الابتكار سرّ الاستمرار

فريدريك سميث مؤسس شركة «فيديرال اكسبرس»، أول شركة بريد سريع في العالم، مبتكر من نوع خاص، فهو ذو شخصية مغناطيسية وساحرة استطاعت ان تحظى باعجاب واحترام مميزين. وللتعريف بهذا الشخص يقول هينز آدام، مدير خدمة العملاء في فيديرال اكسبرس: لو طلب فريديريك سميث من موظفيه، والبالغ عددهم ١٣٠٠٠، أن يصطفوا على جسر هرناندو دو سوتو في ممفيس، الولايات المتحدة الأميركية، وأن يقفزوا من أعلى الجسر، أؤكد لكم ان ٩٩,٩٩ من الموظفين سيقفزون. إلى هذه الدرجة يؤمن موظفو الشركة بمؤسسها الفذ».

قصص كثيرة تروي عن دعم موظفي الشركة خلال النكسات الكثيرة التي تعرضت لها خلال مسيرتها، منها أنه ومنذ بداية الشركة في ابريل (نيسان)١٩٧٣ وحتى العام ١٩٧٦ كانت تتعرض لخسائر متوالية، وواجهت الافلاس

مرات عدة، ويصف احد رؤساء الشركة السابقين المرحلة الأولى: «لم يكن أفضل المتفائلين يتوقع ان تستمر الشركة، لأنها ماتت فعلا حوالي خمس أو ست مرات، لكن سميث رفض الاستسلام. وفي رأيي، إن استمرار الشركة كان معجزة لم تكن لتتحقق لولا وجود شخص مؤمن بفكرته مثل سميث».

وقد صرح فريدريك سميث لاحدى المجلات العام ١٩٨٦: «إذا أردت ان تعيش، عليك ان تبتكر باستمرار. لقد وصفني الجميع حتى أقرب اصدقائي بأنني مجنون لمجرد التفكير بتأسيس شركة تقدم خدمات البريد السريع. ويمكن أن تنجح. لقد ولدت فكرة هذا المشروع عندما كنت احضر في الجامعة بحثاً في موضوع مشابه وحلمت به على الرغم من أن الاستاذ اعطاني علامة «متوسط» على البحث، وسخر مني، إلا أنني بدأت بتنفيذ الفكرة وطورتها كل يوم إلى ان وصلت الى ما وصلت إليه الآن».

صرح فريدريك سميث لاحدى المجلات العام ١٩٨٦: "إذا أردت ان تعيش، عليك ان تبتكر باستمرار

ولد سميث في ١١/ ٧/ ١٩٤٤ في ماركس، ميسيسيبي، احدى ضواحي ممفيس في الولايات المتحدة الأميركية. توفي والده عندما كان عمره ٤ سنوات وكان قد جمع ثروة من جهده وعرقه وأسس سلسلة

مطاعم ناجحة تحت اسم Toddler House وشركة تسيير باصات. لكن سميث لم يعر مال والده اهتماماً، على الرغم من انه كان يعلم انه سيرثه عندما يبلغ من العمر الـ ٢١ عاماً، لأنه كان لديه شغف للتميز والاستقلالية».

ولد سميث مع مرض اسمه «كالفي». وقد أثر هذا المرض في حركته، وكان يسير على عكازين معظم طفولته. تعبت امه كثيراً لتشعره بأنه طبيعي، وحتى لا تتأثر معنوياته، وشجعته على حب الرياضة وتحسن وضعه بعدما صار باستطاعته المشي والركض ولعب كرة السلة وكرة القدم، وأصبح افضل لاعب في جامعة ممفيس. كما عشق كرة المضرب وتميز بها.

ولد سميث مع مرض اسمه "كالفي" والذي جعله يسير على عكازين معظم طفولته

من الاحداث التي أثرت في حياة سميث رسالة تركها والده له قبل وفاته يطلب منه ان يستثمر المال بشكل جيد ليخدم المجتمع بشكل أفضل، بدل أن يعيش غنياً. وعلمه ذلك حب المخاطرة ليكون مميزاً ولينفذ وصية والده. والذي يدلل على حب المخاطرة لديه هو تعلمه قيادة الطائرات الصغيرة عندما كان في الخامسة عشرة من عمره، واتخاذه صيد الحيوانات المفترسة هواية.

عندما أصبح في السادسة عشرة أسس مع اثنين من

أصدقائه في المدرسة استوديو للتسجيلات، وقد استطاع المراهقون ان يجعلوا هذا الاستوديو ناجحاً. لكن سميث اضطر الى تركه لانتقاله الى جامعة «يال». حيث كان من أنشط الطلاب.. فقد كان معد البرامج الموسيقية في الجامعة، وساعد في تأسيس «نادي يال للطيران»، وكان عضوا مميزا في ناد راق اسمه Skulls and Bones.

وصية والده له ان يستثمر المال بشكل جيد ليخدم المجتمع بشكل أفضل بدل أن يعيش غنياً

تخرج سميث في جامعة «يال» حاملاً شهادة في الاقتصاد العام ١٩٦٦، وانخرط في البحرية واكتسب خبرة لا بأس بها في حرب فيتنام، وزادت هذه التجارب من حبه للمخاطرة والمغامرة، وتزوج مرتين وأنجب سبعة أولاد.

من المفارقات ان سميث لم يبدأ المشروع بتقديم خدمة البريد السريع لعامة الناس والشركات، لكن المشروع بدأ عندما فكر بانشاء شركة لنقل النقد الاحتياطي الفيدرالي من منطقة إلى أخرى، مما يوفر على الحكومة ٣ ملايين دولار، تعطى كعهدة نقدية حسب تقدير سميث، وهكذا، فإن اسم شركة فيديرال اكسبرس انبثق من هذا المبدأ.

العقد الذي ناقشه سميث مع السلطات الفيدرالية لم يتحقق أبداً لأن المفاوضات فشلت، لكن صاحب الشخصية المخاطرة كان قد اشترى طائرتين من قروض

بنكية كبيرة، ودفع كل ما ورثه من والده، ما اعتبره الكثيرون جنوناً، بخاصة ان الحكومة لم تكن قد وافقت على المشروع بعد.

تم الإعلان عن المشروع في ١٩٧١/٦/٢٨. وكان لدى سميث، البالغ من العمر ٢٦ سنة، شركة وطائرات ولكن من دون عقود من الحكومة. وعن ذلك يقول: «لو أنني نجحت في توقيع عقد نقل النقد الاحتياطي مع الحكومة، أعتقد بأن شركة فيديرال اكسبرس لن تكون على ما هي عليه الآن من حيث النشاط، لأن فكرة تقديم خدمة النقل السريع للعامة لم تراودني إلا عندما فشلت في توقيع العقد مع الحكومة، كان عليّ أن ابتكر لكي أستمر».

فكرة النقل السريع للعامة راودتني بعدما فشلت في توقيع العقد مع الحكومة، كان عليّ أن ابتكر لكي أستمر»

كان الاستغراب السائد وقتها أنه بدل أن تبدأ شركة من الصفر في التوصيل السريع، يجب على مؤسسات كالبريد المركزي وخدمات البريد المتحد، والتي كانت موجودة قبل ٨ سنوات من انشاء فيديرال اكسبرس، أن تفكر في هذا النشاط لو كان الأمر بهذه السهولة. وفي الحقيقة أن هذه الشركات سخرت من فكرة سميث، لكنه قرر المضي في تحقيق حلمه الذي بدأ مع البحث الجامعي في جامعة «يال»، والذي كتب عليه الاستاذ تعليقاً يعطيه كل الأسباب التي تقف عائقاً في تحقيق هذه

الفكرة الميتة قبل أن تولد. غير أن سميث كان لديه رأي آخر، ولم يعر رأي استاذه اهتماماً، وبدأ بالتوصيل عن طريق الدراجة والصرة داخل ممفيس.

يقول سميث إن ما شجعه على تأسيس فيديرال اكسبرس كان التأخير الواضح في تسلم أي شيء يريده الناس عبر الشحن الجوي داخل الولايات المتحدة الأميركية.

بدأت المرحلة الفعلية لفيديرال اكسبرس في أبريل (نيسان) ١٩٧٣، وعانت كثيراً خلال الأعوام الأربعة الأولى، غير أن قرار سميث بعدم الاستسلام، مهما حصل، أثبت صوابيته، وأصبحت فيديرال اكسبرس في العام ١٩٨٣ أسرع شركة في التاريخ تحقق مدخولاً بلغ مليار دولار.

وتعد هذه الشركة من أعظم الشركات في العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين.

إن ما شجعه على تأسيس فيداكس كان التأخير في تسلم أي شيء يريده الناس عبر الشحن الجوي

أمضى سميث أياماً صعبة في الأبحاث، وكان يحاول اقناع المجتمع المالي بصلاحية فكرته وجدواها، ولم يكن أحد يتصور أن تصل هذه الفكرة التي رفضها كل من سمع بها في البداية إلى امبراطورية قلبت الطريقة التي كان يعمل بها الناس إلى الأبد

واستقطبت أساطيل من الطائرات، مركبات الشحن والسيارات والدراجات النارية. ووجدت وظائف لملايين البشر في جميع أنحاء العالم.

سميث الذي عاش كوابيس مرعبة خلال البداية أثبت للجميع ان ايمانه بفكرته قد أثمر نتائج باهرة

الكل كان خائفاً من خدمة التوصيل السريع. حتى شركات الشحن والطيران الموجودة كشركة أميري، ايربورن، والنمر الطائر، لم تخاطر بهذه الفكرة لخوفها من المجهول والفشل. لكن سميث الذي عاش كوابيس مرعبة خلال فترة البداية أثبت للجميع ان ايمانه بفكرته قد أثمر نتائج باهرة.

عن الفترة العصيبة يقول سميث: «لا يوجد شخص على وجه الأرض يستطيع أن يحس بما مررت به خلال الأيام العصيبة. كان الضغط النفسي والمادي مرهقاً، وقابلت مئات الأشخاص لانقاذ الشركة. ولا أعرف كيف استطعت ادارة الشركة، وبالتالي ايجاد الوقت الكافي لمقابلة مديري البنوك ومئات الأشخاص. كنت واثقاً من نجاحي، ومرت أيام كنت أعتبر نفسي محظوظاً لأنني مازلت أذكر اسمي».

كان سميث منافساً من الدرجة الأولى في كل المجالات: الرياضة (وبخاصة كرة المضرب التي كان يعشقها)، فيديرال اكسبرس والطيران. كان محبوباً من

موظفيه بشكل عجيب، من المدير العام إلى سائق الشاحنة، وكان يوصف بأنه من أفضل من يستطيع تحفيز البشر من حوله. كان لديه الحس الاداري الياباني والذي يعتمد على زرع الولاء في قلوب الموظفين. ومن أكبر الدلائل على هذا أنه لم يحصل أي اضراب أو توقف عن العمل أو تململ بين الموظفين خلال ٢٠ سنة من العمل.

كان لدى سميث فلسفة تقول: «الناس أولاً، ثم الخدمة المميزة، ثم الربح». وهكذا فإنها ليست مصادفة أن يأتي الناس، بمن فيهم موظفون في المرتبة الأولى.

كان لديه الحس الاداري الياباني والذي يعتمد على زرع الولاء في قلوب الموظفين

كذلك، كان سميث قارئاً نهماً، يقرأ ٤ ساعات في اليوم، في التاريخ، السياسة والاقتصاد. كان يعتمد على حدسه كثيراً، بخاصة في الابتكار. كما كان يخطط باستمرار ومنظماً بشكل عام، وقائداً مميزاً في شركته وذا نشاط مميز.

سمعته ممتازة: فهو القائد الذي يعرف ماذا يريد، ولديه الاستعداد التام لدفع الثمن للحصول على ما يريد، مهما كان مرتفعاً. (لا نعني هنا الثمن المادي، انما الثمن المعنوي من جهد، تصميم، تضحية وعزم).

يحب المخاطرة بشكل يعتبره البعض جنوناً، حتى بعد

نجاح فيديرال اكسبرس، ففي العام ١٩٨٠، وبينما كان الجميع مأخوذاً بالنجاح، لم يكن سميث مكتفياً بما وصل إليه. وذلك ابتكر Zapmail والتي كلفت فيديرال اكسبرس ٣٥٠ مليون دولار خسائر في أواسط ١٩٨٠، وبعدها صدم العالم أجمع في العام ١٩٨٩ عندما اشترى شركة طيران النمر الطائر Flying Tiger بمبلغ ٨٨٠ مليون دولار، ما رفع ديون شركته الى مليار و٤٠٠ دولار.

يقول سميث: «لكي تبني مؤسسة كبيرة وناجحة، عليك أن تدفع الثمن غالياً، بخاصة على الصعيد الشخصي. ولن تعرف القيمة الحقيقية للثمن الذي ستدفعه إلا بعد وقت طويل من دفعه، فلماذا نخاف إذاً؟ يجب أن نكون مستعدين لدفع الثمن مهما كان غالياً إذا أردنا أن ننجح، كثير من الناس يعتقد بأنه يستطيع أن ينجح بالكلام والأحلام فقط، لكن الواقع يختلف، وهو يحتاج إلى شجاعة وتصميم ومغامرة وفعل».

شكل شراء طيران النمر الطائر أخطر مغامرة قام بها سميث حتى يومنا هذا، واعتبر مقامرة باهظة الثمن. وكان المراقبون في وول ستريت يشككون في سميث، إذ كيف يدفع شركة ناجحة إلى حافة الهاوية بشراء شركة جديدة، صعبة وغير

كان لدى سميث فلسفة تقول: «الناس أولاً، ثم الخدمة المميزة، ثم الربح»

مضمونة؟ لكن سميث كان يعتقد بأن الخطوط التي فتحتها شركة النمر الطائر للطيران ستساعد فيديرال اكسبرس على التطور وإرضاء الزبائن بشكل أفضل. وكان النقد الموجه من الآخرين يركز على أن دمج شركتين سيؤثر سلباً في الموظفين القدامى، والذين سيتأثرون بموظفين جدد تحكمهم عقلية مختلفة لعملهم تحت إدارة مختلفة، لكن سميث كان مؤمناً بنجاحه وبأفكاره النوعية.

لكي تبني مؤسسة كبيرة وناجحة، عليك أن تدفع الثمن غالياً، بخاصة على الصعيد الشخصي

وصلت الفكرة التي آمن بها سميث إلى نتائج شبهها البعض بالمعجزة.

وبأرقام مختصرة يستطيع أي إنسان أن يعرف ما فعلته هذه الشركة بقيادة سميث: وصل عدد اسطول طائراتها إلى ٣٩٦ طائرة، ٢٩٠٠٠ سيارة شحن وفان، ٢٥٠٠٠ موقع تسلم وتسليم، ٢٩٧٠٠٠ اتصال يومي في شبكة تربط وسائل النقل مع الزبائن والمراكز. وتوصل هذا النظام إلى تسليم وتوصيل آلاف الرسائل والطرود يومياً في ١١٩ دولة. كما تستفيد بشكل غير مباشر آلاف شركات الشحن والبريد في مختلف انحاء العالم.

وهكذا فإن الفكرة المتواضعة اصبحت فكرة عملاقة، استفاد منها ملايين البشر، وغيرت حتى في اقتصاد الكثير

من الدول، لأن كل شيء اصبح اسرع. والسخرية من عدم امكان التوصيل في يوم واحد داخل الولايات المتحدة اصبحت واقعاً غير شكل المعاملات التجارية والطريقة التي يعمل بها الناس.

كافح فريديريك سميث كثيراً، ووجد طريقة توفر وقت الناس، وتقضي حاجاتهم بشكل لم يفكر به احد قبله، لذلك، فإن العالم سيذكر فريديريك سميث بكل احترام وسينظر إليه على أنه بلا شك غيّر في العالم، وجعله عالماً أسرع.

أكيو موريتا صاحب الأفكار المبدعة

مغامر يجتاح العالم

ولد أكيو موريتا في ١٩٢١/١/٢٦ في اليابان وكانت عائلته من أعرق العائلات التي كانت تقوم بتصنيع «الساكي» وهو شراب ياباني يصنع من عصير الأرز.

اسم أكيو يعني المتميز وكان أكيو اسما على مسمى فعلاً. أما موريتا فيعني «حقل الأرز السخي». كان والده رجل أعمال، ولكن شركة تصنيع الساكي كانت تمر بمرحلة مالية صعبة لأن جد أكيو لم يعط اهتماماً كبيراً للشركة وسلمها لبعض المديرين لتشغيلها. لذلك، كان والد «أكيو» تحت ضغط كبير لانقاذ ما يمكن انقاذه وفي ذلك الوقت ولد «أكيو».

كان عمره ٨ سنوات عندما بدأ اهتمامه بالموسيقى من خلال والدته التي كانت شغوفه بالموسيقى الكلاسيكية، والتي كانت تسمعها من خلال آلة «فيكترولا» البدائية، والتي كان صوتها مزعجاً وضعيفاً وعندما تم طرح آلات «فيكتور» باهظة الثمن اشتراها والد «أكيو» لأنه كان يحب الموسيقى من الناحية التقنية وليس من الناحية الفنية فقط.

بدأ أكيو الاستماع إلى ريفل، موزارت بيتهوفن، باخ، برامس، وغيرهم. وكان ما يشغل باله أنه كيف تم تجميع هذه الآلة لتعطي هذا الصوت الجميل. وبدأ عشقه للالكترونيات منذ ذلك الحين ويقول عن ذلك: أن عشقي للالكترونيات أخذ مني كل وقتي، حتى أني فكرت بترك المدرسة كلياً.

في المدرسة، كان يجلس أكيو في المقدمة دائماً، وعلى الرغم من أنه كان يحب الرياضيات، الفيزياء والكيمياء، إلا أن علاماته في الجغرافيا، التاريخ واللغة اليابانية كانت أقل من المعدل. خلال ذلك الوقت بدأ أكيو التدريب على إدارة عمل والده ووضع تحت مسؤولية أنه الولد الأكبر، ويجب أن يعمل في المجال نفسه، وهو تصنيع الساكي. لا شك في أنه تعلم الكثير من ذلك، بخاصة أن والده علمه درساً مهماً في ذلك الوقت عندما قال له: لا تعتقد بأنك إذا أصبحت المدير يعني أن تصدر الأوامر فقط. كن دائماً على وضوح بماذا قررت أن تفعل، وماذا تريد غيرك أن يفعل وتحمل المسؤولية الكاملة. كما تعلم أن لوم الموظفين على الأخطاء باستمرار أمر غير مجد. كذلك رسخ لديه اعتقاد بأن كل الناس في حاجة إلى تحفيز ليصلوا إلى أعلى إنتاج.

لا تعتقد ان الادارة تعني اصدار الأوامر فقط. فكّر دائماً بماذا قررت أن تفعل

على الرغم من علاماته المنخفضة في بعض المواد، قرر «أكيو» والبالغ من العمر ١٧ سنة، دخول القسم العلمي، وكان هذا طموحاً متميزاً لطالب متقاعس، واستطاع أن ينجح بفضل دعم أهله وتصميمه المميز.

أصيب والد «أكيو» بخيبة أمل عندما علم أن ابنه سيدخل الجامعة ليدرس الفيزياء، وليس إدارة الأعمال أو الاقتصاد. لم يحاول تغيير رأي ابنه، لأنه كان يعتقد بأنه سوف يمل ويترك هوايته ليتبوأ مركزه في شركة العائلة لتصنيع الساكي.

دخل «أكيو» الجامعة عام ١٩٤٠ وكان عمره ١٩ سنة، وبدأت وقتها الحرب العالمية الثانية وتحولت مختبرات الجامعة إلى مختبرات أبحاث تخدم الجهود الحربية لليابان، والتي شارك فيها.

أصيب والد «أكيو» بخيبة أمل عندما علم أن ابنه سيدخل الجامعة ليدرس الفيزياء

من أهم نقاط التحول في حياة أكيو هو عندما تعرف إلى مهندس الكترونيات لامع، اسمه ماسارو ايبوكا، من خلال مشروع ضم عدداً من الباحثين لتصميم معدات إنتاج للطاقة. كان ماسارو أكبر من أكيو بثلاث عشرة سنة، ولكنه أصبح صديقه المفضل. وعلى الرغم من أن أكيو كان أصغر الباحثين، لكنه كان يحظى بالاحترام من الجميع.

عندما انتهت الحرب كان مستقبل اكيو غامضاً، وفي العام ١٩٤٦، وبعد مشاورات طويلة قرر أكيو وماسارو أن يفتحا شركة إلكترونيات اسمياها «شركة طوكيو لهندسة الاتصالات» ولم يتغير اسمها إلى «سوني» إلا في العام ١٩٥٨. وأصيب والد موريتا بخيبة أمل عندما علم أن ابنه لن يعمل في مؤسسة العائلة، لكن الأخ الأصغر «كازوواكي» أنقذ الموقف، وقرر أن يدير أعمال المؤسسة، وكان ذلك في الوقت المناسب.

أهم نقطة تحول في حياة أكيو تعرفه إلى مهندس الكترونيات لامع، اسمه ماسارو ايبوكا

في يناير ١٩٤٧، عمر أكيو ٢٦ سنة، الشركة بدأت في مكان قديم وقذر جداً، وكان الماء يرشح من السقف، ورائحة المكان كريهة، وكان المكان محاطاً بركام المباني المحطمة من جراء الحرب ولكن شكل هذا المكان الانطلاقة الحقيقية وبدأت الشركة بتصنيع وحدات قياس الفولت، أجهزة تكبير الصوت وغيرها من المنتجات في هذا الحقل. واستطاع الشريكان أن يشتريا سيارة شحن صغيرة للنقل، وكانا ينقلان البضائع بنفسيهما لأنه لم يكن لديهما عمال.

كان الشريكان حريصين على إنتاج آلة تضعهما في المقدمة، وجاءت الفرصة عندما احتاجت القوات الأميركية المرابطة في اليابان إلى وحدات ارسال وتوابعها كأجهزة دمج الأصوات. وقدم ايبوكا عرضاً لبناء جهاز كبير لدمج

الأصوات. واستطاع اقناع الأميركي بوساطة أحد أصدقائه، والذي كان مسؤولاً عن القسم الهندسي لشركة NHK. وعندما قام الجنرال الأميركي بزيارة مصنع موريتا استغرب كيف سيعطي العقد لمكان مملوء ومحاط بالقذارة. لكن لحسن الحظ تم توقيع العقد، وتمت نصيحة الشريكين بتحسين المظهر العام للمصنع لأنه مثير للاشمئزاز.

عام ١٩٤٧، بدأت الشركة في مكان قدير وقذر جداً، وكان الماء يرشح من السقف

تمّ تسليم الجهاز الجديد في الوقت المحدد، وكان ممتازاً. وعلى الرغم من أن المصنع لم يكن مثيراً للاعجاب، لكنه انتج منتجات جيدة يتم الاتكال عليها. وابتدأت السمعة الجيدة تنتشر عن مصداقية شركة «موريتا وايبوكا».

على الرغم من هذا النجاح كانت شركة موريتا وايبوكا بعيدة كل البعد عن انتاج شيء يعطيها الريادة والتميز اللذين تبحث عنهما. وبينما كان ايبوكا يقوم بتوصيل البضائع المطلوبة الى NHK رأى المسجل الصوتي «ويلكوكس غي»، وكان هذا أول مسجل صوتي يراه في حياته، وراح يتفحصه بدهشة. وقال بينه وبين نفسه، هذا ما كانوا يبحثون عنه، وقرر البدء بتصنيعه.

بعد معاناة طويلة وافق الضابط الأميركي على اعارة الجهاز إلى ايبوكا ليريه لموريتا والآخرين، وقرر الجميع

تصنيع مسجلات صوتية، اضافة إلى ذلك تصنيع الشريط السمعي أيضاً، واضعين نصب أعينهم أن من يشتري الجهاز سيحتاج إلى أن يشتري الكاسيت. وفعلاً، كان هذا الجهاز نقلة نوعية للشركة، وكانت الحماسة في أوجها بعد انجازه. لكن سرعان ما خفت هذه الحماسة بعدما لاحظ أن اليابانيين لا يعرفون ما هو المسجل الصوتي، ويعتبر هذا الجهاز دخيلاً عليهم ومن الكماليات. فلماذا يشترونه بثمن عال؟

تعلّم الشريكان درساً مهماً وهو: «حتى ولو كان عندك أفضل منتج، فهذا لا يعني شيئاً اذا لم يكن هناك سوق لتسويقه. فالجهاز كان ذا وزن ثقيل ومكلفاً. ويقول موريتا: «يجب أن تكون لديك القدرة على بيع الجهاز وخلق الحاجة عند الناس، وليس فقط تصنيعه»، كان هذا الموضوع حافزاً لتصنيع أجهزة أصغر وأوفر، وكانت تعرف بـ H. tape recorders.

حتى ولو كان عندك أفضل منتج، فهذا لا يعني شيئاً اذا لم يكن هناك سوق لتسويقه

في العام ١٩٤٩، أصبح باستطاعة اليابان شراء أجهزة بث على الموجات العالية، ولكن النقص في الموارد المالية دفع موريتا وايبوكا إلى شراء قسم من هذه الأجهزة، والقسم الباقي تم شراؤه من قبل شركة يابانية متخصصة في الالكترونيات. وكان النظام يعرف بـ - AC

Bias، وتم الاتفاق على أن اية شركة تريد أن تستعمل هذا النظام في اليابان يجب أن تحصل على ترخيص من شركتهم، وبعدها اكتشف موريتا أن هناك شركة أميركية كسرت هذه الاتفاقية، وموريتا كان مهيأ لرفع دعوى عليها على الرغم من المصاريف الباهظة التي قد تنتج عن ذلك. هذا الأمر علم موريتا دروساً كثيرة في الصبر وقوة التحمل وانتظر ٥ سنوات قبل أن يربح الدعوى.

يقول موريتا: "يجب أن تكون لديك القدرة على بيع الجهاز وخلق الحاجة عند الناس، وليس فقط تصنيعه"

في الثلاثين من عمره تزوج موريتا من يوشيكا كاماي. وبعدها انطلق ايبوكا وموريتا في الدول الأخرى لتسويق أجهزتهما والتي كانت في تحسن وارتقاء مستمرين. وخلال زيارة لأميركا تعرف ايبوكا إلى اكتشاف جديد وجد فيه تغييراً لكل مفاهيم صناعة الالكترونيات، وكان هذا الاكتشاف «الترانزيستور» الذي يستعمل لتقوية الاشارات الالكترونية، لكن الحسنة الرئيسية كانت صغر الحجم، والذي يحل محل الأنابيب الضخمة في جهاز الراديو. واليابانيون بشكل عام يحبون الأحجام الصغيرة أو تصغير كل ما هو كبير وتغليفه لجعله سهل الحمل.

ولأن اسم الشركة كان طويلاً جداً، قرر ايبوكا وموريتا تغييره باسم جديد ومتميز. ولاحظ موريتا أن أغلب

الشركات الأميركية كانت من أحرف ثلاث: ABC, NBC, AT&T، وحان الوقت لتغيير اسم شركتهما إلى اسم قصير. وفي الحقيقة، أخذ هذا الموضوع بعض الوقت، وبينما كانا يبحثان في القاموس، لفت نظرهما كلمة لاتينية Sonus وتعني الصوت. كذلك كان الجنود الأميركيون الموجودون في اليابان يصفون اليابانيين الأذكياء بكلمة Sonny Boys، فقرر الاثنان حذف حرف N من Sonny ليصبح اسم الشركة: SONY. وفي الحقيقة لا يوجد معنى لهذه الكلمة في أية لغة، لكنها أصبحت على كل شفة ولسان في أرجاء الكرة الأرضية كافة.

كان الجنود الأميركيون في اليابان يصفون اليابانيين الأذكياء بكلمة Sonny Boys

بدأت «سوني» في التوسع وتوالت التجارب والاختراعات وفي العام ١٩٥٧ مر موريتا بتجربتين تعلم من خلالهما دروساً كثيرة أرست مفاهيمه وطريقة تفكيره لمدة ٣٠ سنة تالية كان يبيع موريتا جهاز الراديو الصغير إلى كل من يريد شراؤه. ومن خلال زيارة إلى الولايات المتحدة الأميركية تقابل مع شركة تصنيع أجهزة الكترونية وتدعى: بولوفا. كانت هذه الشركة معجبة بجهاز «سوني» وطلبت ١٠٠٠٠ جهاز، وعلى الرغم من أن الطلبية كانت عظيمة بالنسبة إلى «سوني»، لكن موريتافاجأ الجميع عندما رفض العرض لمجرد أن «بولوفا» طلبت أن يسوق الجهاز تحت

اسمها وليس «سوني». وبهذا لم يتأثر «سوني» بالعرض المغري، وتمسك بجهده واسمه وسمعته، على الرغم من أن كل العاملين معه كانوا خائفين من رفض عروض كهذه. و اتصل موريتا بعشرات الشركات إلى أن وجد شركة قبلت أن تبيع جهاز «سوني» تحت اسم «سوني»، وطلبت ١٠٠٠٠٠ جهاز، لكنها طلبت لائحة أسعار.

جلس موريتا في تلك الليلة في الفندق مفكراً ولاحظ أن نظرية «كلما كانت الكمية المطلوبة أكبر، يجب أن يكون السعر منخفضاً، لن تنفع مع «سوني»، لأن قدرة شركته هي إنتاج ١٠٠٠٠٠ جهاز في الشهر، ويجب أن يغطي مصاريفه وفي الوقت نفسه لا يستطيع أن يقوم بتصنيع أي عمل آخر، ولتصنيع هذا العدد الكبير يجب أن تتوسع الشركة مساحة وعمالاً.

كانت سياسة موريتا مع الموظفين، دائماً، علاقة طويلة الأمد

وكانت سياسة موريتا مع الموظفين، دائماً، علاقة طويلة الأمد، لذلك كان من الصعب توظيف اشخاص لفترة قصيرة وانهاء خدماتهم بعد انتهاء المشروع. كل هذا كان يدور في ذهن موريتا في تلك الليلة، فكان عرض اسعاره كالآتي:

إذا كان العدد ٥٠٠٠ جهاز تباع الأجهزة بالسعر العادي.

إذا كان العدد ١٠٠٠٠ جهاز يكون هناك حسم بسيط.

إذا كان العدد ٣٠٠٠٠ جهاز يعود السعر إلى الارتفاع.

إذا كان العدد ٥٠٠٠٠ جهاز يباع الواحد أعلى من سعر الـ ٥٠٠٠ جهاز.

أنا أعمل في المشتريات منذ ٣٠ سنة وأنت أول شخص يقول لي كلما اشتريت أكثر يرتفع سعر المنتج أكثر

في الحقيقة لم يصدق الزبون ما سمعته أذناه، وقال لموريتا: «أنا أعمل في المشتريات لمدة ٣٠ سنة مضت، وأنت أول شخص يقول لي كلما اشتريت أكثر يرتفع سعر المنتج أكثر، هذا غير منطقي» ولكن عندما قال له موريتا كيف وصل إلى هذا التصور ابتسم الزبون وفي لحظات طلب ١٠٠٠٠ جهاز.

كان موريتا على قناعة بأنه لكي ينجح في الولايات المتحدة يجب أن يكون لدى «سوني» فرع قائم بحد ذاته هناك. وفي عام ١٩٦٠ قرر تأسيس شركة «سوني» في الولايات المتحدة، واكتمل الأمر في عام ١٩٦١، لكن شركة «سوني» تعرضت لأول وأسوأ تهديد بالاضراب من بعض اتحادات العمال، وكان ذلك خلال الاحتفال بالعيد الخامس عشر لتأسيسها، غير أن تصميم موريتا وعلاقاته الجيدة بالعمال ودبلوماسيته أعادت الأمور إلى نصابها.

تتابعت منتجات «سوني» وتطورت، وتم طرح تلفزيون «ترينيترون»، وكان موريتا مغامراً ويحب أن يكون الأول

في مجاله. وكان أفضل ما اخترعه هو المسجل الصغير WALKMAN والذي أحدث ثورة في عالم الموسيقى. وقد جاءته الفكرة عندما لاحظ أن ابنته ناوكو تترك كل شيء عندما تدخل البيت لتذهب إلى غرفتها لتستمتع إلى الموسيقى فسأل نفسه: «لما لا ننتج جهازاً صغيراً وسهل الحمل يجعل الموسيقى حولنا وفي الوقت نفسه لا نزعج الآخرين؟» وبعدها تم إنتاج التلفزيون المحمول والأقراص المدمجة، ثم انتاج أقراص وديسكات الكمبيوتر وكاميرات الفيديو وغيرها.

انتقلت «سوني» من نجاح إلى نجاح ومن توسع إلى آخر، وكان هناك أكثر من ١٠٠٠ عالم وباحث في قسم الأبحاث والتطوير. واجتاحت منتجات «سوني» أسواق العالم واكتسبت ثقة عالمية، قرر بعدها موريتا السفر والاستقرار الدائم في الولايات المتحدة ولم تعارضه زوجته ولكن أولاده كانوا في حنين دائم لطوكيو.

كان أفضل ما اخترعه هو المسجل الصغير WALKMAN والذي أحدث ثورة في عالم الموسيقى

لم يكن كل ما طرحت «سوني» ناجحاً، مثلاً، تم اختراع آلات حاسبة لم تنجح بسبب المنافسة الشديدة ووجود كثير من الشركات المنتجة. كما أن نظام الفيديو Beta-max الذي طرح عام ١٩٧٥ كان فاشلاً مقارنة بـ VHS. ولكن موريتا

كان يتعلم من كل درس، ولم يستدم على شيء، وبدأت صالات العرض تفتتح واحدة تلو الأخرى في العواصم الأوروبية.

يقول موريتا عن كيفية ابتكار الأفكار المميزة له أنه كان يبحث دائماً عن مشكلات يعاني منها الناس، ويحاول ايجاد الحل لها. وأغلب منتجات «سوني» كانت حلولاً.

ان نجاح أية شركة يعتمد بشكل مباشر على موظفيها وكيفية تمثيلهم لها

كما يقول: «إن أعظم استثمار هو الموارد البشرية لأن نجاح أية شركة يعتمد بشكل مباشر على موظفيها وكيفية تمثيلهم لها. لذلك نؤمن بتطوير مهارات موظفينا ونجعلهم يحسون، أنهم بين عائلاتهم، ولن تنجح أية شركة لا تستطيع أن تخلق ولاء أو أن تكسب ولاء موظفيها، وتجعلهم يحسون بأن الشركة شركتهم».

كان موريتا يكلم موظفيه قائلاً: «أنتم لستم في الخدمة العسكرية، لقد اخترتم العمل معنا، وهذا يحملكم مسؤولية، وإذا اخترتم العمل معنا فإننا نتوقع منكم العمل لعشرين أو ثلاثين سنة آتية، ونحن لا نستطيع أن نجعلكم سعداء لأن السعادة شيء نابع منكم وتحكمه القناعة».

توسعت شركة «سوني» واشترت العام ١٩٨٨ تسجيلات CBS مقابل مبلغ ٢ مليار دولار، وفي العام ١٩٨٩

اشترت شركة كولومبيا لانتاج الأفلام مقابل ٣,٤ مليارات دولار، كما حصلت على حقوق تسجيل اسطوانات وكاسيتات لعدد كبير من المطربين العالميين.

واهتمت سوني بالبيئة، وبدأت اعادة تصنيع كل ما يتم رميه من كرتونات وعلب وأوراق، كما أنها اهتمت بالأمور الإنسانية فدعمت مؤسسات ثقافية وطبية، واسست شركة تجد وظائف للمعاقين.

أنتم لستم في الخدمة العسكرية، لقد اخترتم العمل معنا، وهذا يحملكم مسؤولية

استقال اكيو موريتا في ١٩٩٤/١١/٢٥، بعدما تعبت صحته وارتاح باله الى فلسفته وما أسسه في الشركة سيستمر، وقال خلفه نوريو أوهجا: «أنا متأكد أن كل موظفي «سوني» سيفعلون كل ما في وسعهم للمحافظة على الرؤية والهدف، اللذين على اساسهما اسس اكيو موريتا شركة «سوني».»

أمضى اكيو موريتا خمسة أعوام متقاعداً، عليلاً بأمراض الشيخوخة، قرير العين بما تحققه شركته من تطور ونماء مع خلفائه، قبل ان يتوفى في شهر اكتوبر عام ١٩٩٩.

الانتشار بسرعة البرق

صياد الفرص وأحلام اليقظة

لم تكن لوجبة الهمبرغر هذه الشعبية الكبيرة التي تحظى بها الآن قبل دخول رأي كروك في هذا المجال.

لراي كروك قصة نجاح بدأها من الصفر. واستغرق حلمه أكثر من ثلاثين عاماً ليتحقق. ولولا صبره وعزيمته لما كان الهمبرغر يحتل مرتبة الأكلة السريعة الأولى في العالم. ولم تكن الفرصة متاحة لآلاف الناس ليفتتحوا مطاعم في جميع أنحاء العالم، مستغلين بذلك الامتياز الذي تعطيه مطاعم ماكدونالدز.

ولد ريموند كروك في أوك بارك، غربي مدينة شيكاغو في الولايات المتحدة العام ١٩٠٢ وترك المدرسة من الصف الثامن بعكس أخيه بوب الذي يصغره بخمس سنوات واخته لورين التي تصغره بثلاث. وكانا مغرمين بالمدرسة. كان يكره المدرسة كثيراً ولا يطيقها. كما كان على خلاف دائم مع أخيه بوب. يكره القراءة. لكنه كان فتى حالماً، ومنشغل

البال، وعندما تسأله أمه ماذا تفعل، كان يقول لها: «إني أفكر فقط». فكانت تقول له: «توقف عن أحلام اليقظة وكن واقعياً»، حتى أن لقبه كان داني الحالم. ولكن بالنسبة إليه لم يكن يعتقد للحظة بأن أحلامه هي طاقة ضائعة أو مضيعة للوقت.

فكان طالباً كسولاً لا يظهر تقدماً في أية مادة، ويكره كل شيء في المدرسة إلا شيئاً واحداً وهو النقاش

كان واثقاً بأنه يستطيع ان يحقق كل ما يحلم به. فهو فكر ببيع الليموناضة، ولم تمض فترة طويلة حتى تحققت فكرته وباع الليموناضة في كشك صغير. كما عمل في محل للفواكه في الصيف عندما كان في المدرسة. بالنسبة إليه فإن العمل في الحياة كقطعة اللحم في سندويتش الهمبرغر. شكل العمل بالنسبة إليه متعة وتحدياً. كان يحب رياضة البيسبول، ويحضر المباريات مع والده الذي كان يعشق هذه الرياضة. وأحب العزف على البيانو، وعندما أصبح معه مبلغ من المال وقدره ١٠٠ دولار افتتح مع اثنين من أصدقائه محلاً لبيع آلات الموسيقا. كان يغني ويعزف أكثر من البيع. لذا فشل المشروع بعد فترة قصيرة واضطروا لبيع الأدوات وتقسيم المال.

كانت أيامه في المدرسة صعبة، فكان طالباً كسولاً لا يظهر تقدماً في أية مادة، ويكره كل شيء في المدرسة إلا

شيئاً واحداً وهو النقاش، ويحب أن يكون مصدر اهتمام دائم، وأن يسمع رأيه دائماً ويؤخذ بعين الاعتبار.

دخلت الولايات المتحدة الأميركية الحرب العالمية الأولى بعد انتهاء مدرسته، فعمل راي كروك في بيع حبوب القهوة من منزل إلى آخر. كان متأكداً من أنه سينجح في حياته من دون أن يعود إلى المدرسة أو يأخذ شهادة. كان يريد أن يساهم خلال الحرب ولكن أهله عارضوه بشدة، فنجح في اقناعهم بالعمل في الصليب الأحمر وزور في عمره ليستطيع أن يقود سيارة الأسعاف. وكان معه في الموقع نفسه شخص آخر زور عمره وكان صديقاً له وهو «والت ديزني» الشهير.

أقنعه أهله بالعودة إلى المدرسة ولكنه لم يصمد أكثر من فصل واحد

تم توقيع معاهدة صلح قبل ذهابه إلى فرنسا، فترك الصليب الاحمر وعاد إلى البيت لا يعرف ماذا يفعل. أقنعه أهله بالعودة إلى المدرسة ولكنه لم يصمد أكثر من فصل واحد. عن ذلك يقول: «لم تتغير مادة الرياضيات كثيراً منذ أن تركتها». أراد أن يعزف الموسيقى مقابل المال، وهذا ما فعله.

بحث راي كروك منذ صغره عن طرق لتحسين وضعه ومعيشته. وعن ذلك يقول راي: «عندما كنت طفلاً، رأيت والدي يكافح ويجهد ويتعب ليحصل على راتب

متواضع. لذا قررت أن أكسب المال، وكنت أعلم أن الطريقة الوحيدة لذلك هي ايجاد الفرصة المناسبة. ولتحصل على الفرصة المناسبة يجب أن تقتنص أية فرصة تأتي إليك، وهذا ما فعلته دائماً».

تزوج راي كروك وهو في العشرين من عمره، فترك العزف على البيانو ليعمل بائعاً في شركة ليلي - توليب للأكواب. ولم تمض فترة طويلة حتى عاد إلى الموسيقا وأصبح المدير الموسيقي لراديو شهير في شيكاغو اسمه WGES. كان يلعب البيانو، وينسق الأغاني، ويرافق المغنين ويؤمن الموسيقيين. ومن أهم ابتكاراته فريق يقدم أغاني كوميدية تحت اسم سام وهاري والذي اشتهر في ما بعد تحت اسم «اموس واندي».

عندما كنت طفلاً، رأيت والدي يكافح ويجهد ويتعب ليحصل على راتب متواضع. لذا قررت أن أكسب المال

بعد حوالي العام ونصف العام من بدء عمله في الإذاعة، ترك راي كروك عمله ليبحث عن فرصة جديدة في بيع العقارات في فلوريدا، حيث عمل في أوج نهضة بيع الأراضي عام ١٩٢٠. لكن عندما انهارت هذه النهضة العام ١٩٢٦ انتهى الأمر براي كروك مفلساً ومعدماً، فاضطر مجدداً للعمل في نايت كلوب ليكسب بعض المال ليستطيع أن يرسل زوجته وطفلته إلى شيكاغو في القطار. وبعد ذلك بفترة عاد هو

إلى شيكاغو في سيارة فورد موديل «ت».

عن تلك الفترة السوداء في حياته يقول راي كروك: «لن أنسى هذه الرحلة ما حييت. كنت مفلساً تماماً، ولم يكن لدي معطف ولا جاكيت ولا حتى قفازات قدت السيارة إلى شيكاغو على أرض جليدية. ولما وصلت إلى المنزل كنت متجمداً من البرد ومحطماً نفسياً». على الرغم من هذه الأيام الصعبة، كان لديه حلم بأنه سيكون له شأن كبير في المستقبل. لم يكن يعلم بالضبط كيف ومتى وأين سيحصل هذا، ولكنه كان واثقاً، وكل ما كان يفعله هو البحث عن الفرصة التي ستوصله إلى ما يصبو إليه.

كنت مفلساً تماماً، ولم يكن لدي معطف ولا جاكيت وقدت السيارة إلى شيكاغو على أرض جليدية

عاد راي كروك بعد فشله في بيع العقارات إلى عمله القديم في شركة ليلي - توليب، وبعد فترة قصيرة اصبح مدير المبيعات. وفي العام ١٩٣٧، وكان عمره ٣٥ عاماً، شاهد اختراعاً جديداً وهو عبارة عن آلة خلاط اسمها Prince Castle Multimixer وهي تخلط خمسة أنواع من الميلك شايك في وقت واحد. قال في نفسه حينها «هذه هي الفرصة»، واستغلها.

وبعد حوالي ١٧ عاماً من عمله في بيع الأكواب وتسلقه إلى قمة سلم المبيعات في الشركة، أحس راي كروك بأن

الوقت قد حان ليكون لوحده ويكون مدير نفسه. لذلك استقال من عمله وأبرم صفقة مع مخترع الخلاط واقنعه بأن يكون موزعه الأوحد في الولايات المتحدة. ويقول راي كروك عن هذه الحقبة: «لم يكن من السهل أن أتخلى عن وظيفة تعطيني الأمان والاستقرار المادي لأبدأ عملاً حراً غير مضمون النتائج. لقد صعقت زوجتي عندما علمت بقراري وشككت به قائلة: «ربما كان الخلاط جيداً ولكن ما الذي يضمن استمراره، ربما كان موضة أو بدعة وستنتهي». وكان جوابي مقتضباً: يجب أن تثقي بحدسي وأنا واثق تماماً بأن هذا المشروع سينجح.

انغمس راي كروك لمدة ٢٠ سنة يطوف جميع انحاء البلاد ليبيع خلاطه ويقنع العالم به. وعلى الرغم من ان ذلك اكسبه بعض المال، لكنه اكتشف انها ليست الفرصة التي كان ينتظرها.

لم يكن من السهل أن أتخلى عن وظيفة تعطيني الأمان لأبدأ عملاً حراً غير مضمون النتائج

كانت مغامرة جيدة بالنسبة إليه ولم يحس باليأس ابداً، وكان يقول دائماً: «طالما انت أخضر فذلك يعني أنك تكبر، أما إذا كنت ناضجاً جداً فإنك ستبدأ بالزوال. لذلك كنت أحس بأنني دائم الأخضرار». كما كان يقول دائماً: «أنت جيد بقدر جودة الاشخاص الذين يعملون معك».

في العام ١٩٥٤ زار راي كروك، والبالغ من العمر ٥٢ عاماً، كشكاً لبيع الهمبرغر في سان برناردينو في كاليفورنيا وكان يستعمل ثمانية من خلاطه. ولاحظ كروك ان اصحاب المطعم الصغير الأخوة موريس وريتشارد ماكدونالد يقومون بعملهم بشكل رائع من خلال بيعهم للهمبرغر والبطاطا المقلية، والميلك شيك بتحضير مسبق. ما لفت نظر راي كروك الازدحام، حيث كان الناس ينتظرون بالطوابير ليحصلوا على الهمبرغر، كذلك النظافة والسرعة في الخدمة. كان الأخوة ماكدونالد يبيعون الهمبرغر العادي بـ ١٥ سنتا والبطاطا حارة ولذيذة. كانت عملية التحضير والتقديم سلسة وغير معقدة، وهذا ما شغل باله في تلك الليلة التي رأى فيها المطعم. وعن ذلك يقول: «لقد سرني المشهد وشغل بالي طوال الليل. رأيت مطاعم ماكدونالد تجتاح كل الأسواق، وتخيلت أعداداً هائلة من المطاعم ونجاحاً عظيماً، كما رأيت في كل من هذه المحلات ٨ آلات للخلط في كل مطعم تدر علي الأموال الطائلة».

انغمس راي كروك لمدة ٢٠ سنة يطوف جميع انحاء البلاد ليبيع خلاطه ويقنع العالم به

لم ينتظر كثيراً ففتح الموضوع مع الأخوة ماكدونالد في اليوم التالي، مقترحاً أن يتم افتتاح سلسلة مطاعم لماكدونالد في ارجاء البلاد. كان راي كروك يتمنى موافقتهم

حتى يبيع الخلاط، ولكنهم رفضوا الفكرة تماماً لأنهم مقتنعون بما لديهم، فلم المخاطرة بافتتاح فروع جديدة؟ عندها اقترح أن يفتتح هو المطاعم شريطة ان يبيع كل فرع ٨ آلات للخلط. وتمت الموافقة.

تم افتتاح اول مطعم لماكدونالد العام ١٩٥٥ في شيكاغو، وكان عمر راي كروك آنذاك ٥٣ عاماً

ونص عقد الاستثمار بين راي كروك والأخوة ماكدونالد على أن يبدأ راي كروك بانشاء مطاعم على طراز تصميم المطعم الاصلي نفسه واسلوب الخدمة والتحضير نفسه أيضاً. على ان يظل الاسم نفسه مقابل أن يعطيهم نصفاً في المئة من الدخل الاجمالي لكل مطعم. وتم افتتاح اول مطعم لماكدونالد العام ١٩٥٥ في ديس بلاينز في شيكاغو، وكان عمر راي كروك آنذاك ٥٣ عاماً.

مع نهاية العام ١٩٥٥ كان قد افتتح راي كروك مطعمين جديدين في كاليفورنيا. وبعد ما تأكد من ان المال يكمن في بيع الهمبرغر، باع حقوق توزيع الخلاط ليتمكن من افتتاح المزيد من مطاعم ماكدونالدز. وخلال ٥ سنوات كان راي كروك قد افتتح ٢٠٠ مطعم أمنت له دخلاً يبلغ حوالي ٧٠,٠٠٠ دولار في السنة. لكنه كان يحس بأن ماكدونالد تستطيع أن تكون أفضل.

قرر راي كروك بعد ذلك ان يجعل من الذين يريدون

الحصول على الامتياز مستأجرين لديه وبذلك فهو يختار المكان، وهو الذي يؤسسه ويجهزه، وبعدها يدفع الشخص الذي يريد أن يحصل على الامتياز ايجاراً إضافة إلى ثمن الامتياز. كان ذلك فكرة رائعة ولكنها كانت تحتاج إلى المال الكثير. كان يحتاج إلى حوالي مليون ونصف المليون دولار لكي تنجح هذه الفكرة، ولكن لسوء الحظ لم يكن لديه المال أو حتى مصادر للدين. مصدر دخله الرئيسي كان قد شح بعدما باع حقوق توزيع الخلاط مقابل ١٠٠٠٠٠ دولار دفعها مقابل طلاقه من زوجته، وكان كل ما يملك يبلغ ٩٠٠٠٠ دولار بما فيها منزله.

بعد معاناة استطاع الحصول على المال من شركات تأمين عدة. وفي العام ١٩٦١ اشترى كل ما يملكه الاخوة ماكدونالد مقابل ٢,٧ مليون دولار.

في العام ١٩٦٥ بلغ عدد مطاعم ماكدونالد ٩٣٨ مطعماً ومبيعاتها السنوية تقدر بحوالي ١٧٠ مليوناً

وفي العام ١٩٦٥ بلغ عدد مطاعم ماكدونالد ٩٣٨ مطعماً ومبيعاتها السنوية تقدر بحوالي ١٧٠ مليوناً، وعندما بلغ راي كروك عامه السبعين كانت مطاعمه قد باعت ١٠ مليارات سندويش همبرغر ووصلت مبيعاتها لأول مرة إلى مليار دولار. ووصل عدد مطاعم ماكدونالد في العالم عام ١٩٩٥ إلى ١٥ الف مطعم قدرّت مبيعاتها بحوالي ٢٣ مليار دولار.

يقول راي كروك عن نجاحه ما بعد الخمسين: «لقد ساعدتني الأيام التي قضيتها في بيع الأكواب والخلاط كثيراً. صحيح أني نجحت متأخراً، ولكن ذلك لا يعني اني نجحت مصادفة، لأن الناس لم يعيشوا معي أيام المعاناة وأيام كنت أحلم وأغتنم أي فرصة لتوصلني إلى ما وصلت إليه».

صحيح أني نجحت متأخراً، وذلك لا يعني اني نجحت مصادفة، لأن الناس لم يعيشوا معي أيام المعاناة

توفى راي كروك اثر نوبة قلبية في ١٩٨٤/١/١٤ عن عمر يناهز الثانية والثمانين.

كان راي كروك محبوباً جداً من جميع من تعامل معه، وافتتح مؤسسات خيرية عدة. كان إنساناً ايجابياً وقدوة للعديد من البشر.

وهكذا فإنه يعد مثالاً للإنسان المكافح الذي لم تحبطه الظروف الصعبة ولم تنل من عزيمته. كان دائم البحث عن فرصته، وهكذا فإن من يبحث يجد، وراي كروك يعطينا درساً وهو أن النجاح ليس له عمر، فهو الذي افتتح أول مطعم لماكدونالد عندما كان في الثالثة والخمسين. فطالما لدى الإنسان رغبة وعزيمة ولديه القدرة على دفع الثمن من جهد وتعب وابتكار وتضحية فهو سينجح لأن ما ذكر هو ما يتطلبه النجاح. لقد عرف راي كروك ذلك واستغله أفضل استغلال.

قرض صغير يثمر أكبر شركة للعب الأطفال

صناعة

لعب الأطفال من أهم الصناعات في العالم، وأول ما يريده الطفل منذ ولادته هو لعبة يتسلى ويلهو بها، وهو يفضلها على الأكل احياناً، وبكاؤه وصراخه يجبران الاهل في معظم الاحيان على التفتيش على لعب ترضيه وتسكته.

هذه الحاجة دفعت الكثير من الناس الى التفكير والابتكار لارضاء الاطفال من جميع الأعمار، وقد اطلق كثيرون العنان لمخيلاتهم، فبذلوا الجهد لابتكار العاب جديدة من حيث الفكرة والشكل والمضمون.

وعلى الرغم من توجه الآلاف إلى هذه الصناعة، برز شخص واحد فوق الجميع، ومن بدايات متواضعة جداً، وتربع على عرش بيع العاب الأطفال من دون منازع، بوجود ١٤٥٠ متجراً ضخماً و١١٦٠٠٠ موظف، يدعى

هذا النابغة تشارلز لازاروس، وهو العمود الفقري لمؤسسة «تويز آر اص» حتى يومنا هذا.

ولد تشارلز عام ١٩٢٤ وعمل منذ صغره مع والده في محله لتصليح الدراجات الهوائية في واشنطن دي، سي.

ولد تشارلز في العام ١٩٢٤ في الولايات المتحدة الأميركية، وعمل منذ صغره مع والده الذي كان يملك محلاً لتصليح الدراجات الهوائية في واشنطن دي، سي. ولما اصبح عمره ٢٢ عاما حول محل والده الى محل لبيع الإثاث المتخصص بالأطفال، واستطاع ان يفعل ذلك بعدما جمع مبلغ ٢٠٠٠ دولار كان قد وفره من خلال عمله مع والده، واضاف اليه مبلغ ٢٠٠٠ دولار اقترضه من البنك.

كان العمل بطيئاً من خلال اثاث الاطفال في البداية، وكان كثير من الزبائن ينصحون بأن يضيف بيع لعب الاطفال الى دراجاته، ولم يكن هو مقتنعاً كثيرا بالفكرة، ولكنه رضخ للامر في ما بعد، وكان ذلك بلا شك اهم قرار اتخذه في حياته.

كان اسم المحل «سوبر ماركت الاطفال» ولاقى هذا التغيير قبولاً من الزبائن، وانعكس ذلك تحسنا وارتفاعاً في نسبة وحجم المبيعات.

شجع هذا الامر تشارلز على افتتاح محل آخر، وحوله الى محل يعمد على شعار «اخدم نفسك بنفسك».

وعلى الرغم من التوسع البطيء، لم يكن النجاح بالمقدار الذي يطمح اليه ولكن المحل الثالث هو الذي فتح له ابواب الشهرة والمجد، وكان ذلك في العام ١٩٥٨، عندما افتتح متجراً مساحته ٢٥٠٠٠ قدم مربع، واضاف إليه مجموعة كبيرة من لعب الأطفال، واعطى حسومات تراوحت بين ٢٠٪ و٢٥٪ اكثر من المحلات الأخرى.

وصلت المبيعات العام ١٩٦٦ إلى ١٢ مليوناً، وعلى الرغم من ذلك، فإن تشارلز اضاف محلا واحداً فقط، لأنه كان يحتاج إلى سيولة ليتوسع ونظرا لهذا الظرف باع شركته الى شركة انترستيت مقابل ٧,٥ مليون دولار، بشرط ان يكون هو المسؤول عن عمليات بيع الاطفال داخل المتجر.

كان العمل بطيئاً من خلال اثاث الاطفال وكان كثير من الزبائن ينصحونه باضافة لعب الاطفال الى دراجاته

نجحت العلاقة في البداية، ولكن في العام ١٩٦٩، واجهت انترستيت منافسة شديدة جدا من Kmart وعلى الرغم من ان تشارلز كان قد توسع إلى ٤٧ متجرا تحت لواء «انترستيت» ومبيعاته بلغت ١٣٠ مليوناً سنوياً، الا ان الشركة الأم خسرت ٩٢ مليون دولار واعلنت افلاسها.

لم تثن هذه المصيبة تشارلز عن العمل بجهد وتصميم، وتابع نشاطاته في بيع لعب الأطفال وارتفعت مبيعاته

مجدداً.

كانت اتجاهات تشارلز مغايرة لكثير من بائعي اللعب لقد كان التفكير السائد في تلك الأيام ان الالعاب تباع في المناسبات كالميلاد ورأس السنة، ولكنه كان مؤمنا، بأنه يستطيع ان يبيع طوال ايام السنة، وهذا ما شجع مصنعي الالعاب على ان يعطوه تسهيلات كبيرة بالدفع، ما ساعده على برمجة ارباحه ومدفوعاته، وخلال ٤ سنوات، أي عام ١٩٧٨، استطاع ان يحقق نسبة مبيعات عالية جداً ساعدته على انقاذ «سانترستيت» بعد افلاسها، واصبحت كل الشركة بإمرته، وغير اسمها من انترستيت الى Toys R Us، ولكن حرف الـ R كان مقلوباً للفت الانظار ويعني اسم الشركة «الالعاب هي نحن».

كان التفكير السائد ان الالعاب تباع في المناسبات ولكنه كان مؤمنا، بأنه يستطيع ان يبيع طوال ايام السنة

الحصيلة حتى تلك الأيام كانت ٧٢ محل ألعاب من ضمنها ١٠ محلات كانت لانترستيت، و٥٪ من حجم سوق العاب الأطفال، وقد اوصلت هذه النتائج «تويز آر اص» إلى مبيعات بلغت ٣٦ مليون كربح صاف قبل خصم الضرائب من مبيعات اجمالية بلغت ٢٤٩ مليون دولار.

كانت الفترة ما بين ١٩٧٨ و١٩٨٣ فترة ممتازة لـ «تويز آر اص» لأن المبيعات كانت ترتفع بمعدل ٤٠٪ سنوياً،

وارتفع نصيبها من السوق الى ١٢,٥٪ وعدد المحلات الى ١٦٩ محلاً.

بعد هذا النجاح فتحت الشركة خطا جديدا اسمته «Kids. R. Us» وكان نشاط هذا الخط الجديد بيع ملابس الأطفال وذلك العام ١٩٨٣، وقد اتبعت الشركة سياسة «تويز آر اص» الناجحة في اعطاء الخصومات الكبيرة مع تشكيلات كبيرة.

اكبر نجاح حققته الشركة كان الدخول الى السوق اليابانية الصعبة في ١٩٩١

اكبر نجاح حققته الشركة كان الدخول الى السوق اليابانية الصعبة في ١٩٩١، وكان دخول «تويز آر اص» القوي الى السوق سبباً في افلاس اثنين من منافسي الشركة وهما «Child World» و«Lionel» العام ١٩٩٢، فاشترتهما شركة «تويز آر اص» وتبعها افلاس بعض الشركات كشركة «كيدز سنترال». ومنذ العام ١٩٩٣ ركزت الشركة على التوسع عالمياً ففتحت متاجر لها في استراليا، بلجيكا، هولندا، البرتغال وسويسرا.

تنحى تشارلز عن منصبه كمدير تنفيذي لمايكل غولدستاين، ولكنه ظل رئيساً للشركة ويقوم بمسؤولياته، وفي العام ١٩٩٥ فتحت الشركة اول سلسلة متاجر (Franchise) لها في دبي، واعلنت في السنة نفسها عن طرح ٣٠٠ برنامج كمبيوتر للتسلية والتنمية الفكرية.

اشترت الشركة «بيبي سوبر ستور» مقابل ٣٧٦ مليون دولار، واضافت خط «Babies R Us» ومازالت تتوسع وتبحث عن اسواق جديدة.

كم من بسمة وكم من ضحكة ضحكها ملايين الاطفال بسبب لعبة جميلة يلهون بها.

تشارلز حلم كطفل صغير ووضع نفسه مكان ملايين الاطفال، وفكر عنهم، ووصل بأفكاره إلى ملايين الاطفال وملايين الاهالي الذين يشترون لأولادهم بمناسبة ومن دون مناسبة.

مؤسسا شركة «مرسيدس بنز»

نجحا.. من دون أن يلتقيا

سيارة

مرسيدس العريقة فرضت نفسها على جميع الأسواق في دول العالم، حتى أشد منافسيها يعترفون بمتانتها وجودتها، فكانت ومازالت تدل على الفخامة والجودة أينما حلت وأينما ظهرت.

حكاية اليوم تختلف عن جميع حكايات النجاح الأخرى، حيث أن عظمة هذه الشركة تكمن في عقول عبقريين ألمانيين اتحدت شركتاهما عام ١٩٢٦. وغيّر هذا الاتحاد أذواق الناس وطوّر في سوق السيارات وبشكل كبير، لكن الطريق أن هذين الرجلين لم يلتقيا في حياتهما أبداً، وكانا نقطتي تحول في عالم قيادة واقتناء وركوب السيارات.

نسلط الضوء في حلقتنا هذه عليهما وكيف انطلقت فكرة مرسيدس-بنز، التي تمت تسميتها بهذا الاسم نسبة لابنة ديملر، مرسيدس، وبنز نسبة إلى كارل بنز.

ولد كارل بنز في ٢٥ نوفمبر عام ١٨٤٤ في كارلسروه في ألمانيا وكان والده يعمل سائق قطار، وساعده هذا على التعرف إلى عالم وسائل النقل في سن مبكرة، وتعلق

بالتكنولوجيا وشده هذا المجال كثيراً. وعندما انتهى من دراسته الثانوية دخل إلى المدرسة التقنية وحصل على دبلوم في الهندسة عام ١٨٦٤.

عمل في مصانع كثيرة وفي مدن مختلفة خلال فترة ٧ سنوات، وكان يحلم بأن يكون لديه مصنعه الخاص

عمل في مصانع كثيرة وتنقل بينها، وفي مدن مختلفة منها كارلسروه، مانهايم، وبفورزايم خلال فترة ٧ سنوات، وكان طوال هذه الفترة يحلم بأن يكون لديه مصنعه الخاص، وكان يرى نفسه دائماً في هذه الصورة «صاحب مصنع متميز».

في عام ١٨٧١ بدأ كارل بنز مع زميل له بمحل صغير لإصلاح الآلات أسماه «كارل بنز وأوغوست ريتر لم يصمد، وترك هذه الشركة بعد سنة من العمل فاستمر بنز بمفرده لمدة ٥ سنوات طور خلالها محركاً بصمامين. لكن محاولاته المتكررة باءت با لفشل وواجه الصعوبات الجمة وكان يغرق في عمله لساعات طويلة. وبعزيمة نادرة وإصرار غريب نجح كارل في ٣١ ديسمبر من العام ١٨٧٩، بعدما حل عوائق عديدة ومشكلات مختلفة اعترضته في طريقه لتشغيل محركه الأول.

دفع هذا النجاح كارل بنز إلى تأسيس شركة أسماها Gasmotorenfabrik Mannheim عام ١٨٨٢، حيث أدار إنتاج المحركات التي تعمل بالوقود..

كان كارل بنز مغامراً من الدرجة الأولى، وحبه للمغامرة والتطور الدائم دفعه إلى تأسيس شركة أخرى مع اثنين من أصدقائه عام ١٨٨٣ في مانهايم، وأسماها Benz et Cie, Rheinische Gas Motorenfabriek.

كان يطمح إلى تطوير المحرك ذي الصمامين لكي يصبح قادراً على استعماله في محركات السيارات، لكن هذا الطموح اصطدم برفض شركائه للفكرة من أساسها، واعتبروها مخاطرة كبيرة لا يمكن أن تنجح.

كان كارل بنز مغامراً من الدرجة الأولى، وحبه للمغامرة والتطور الدائم دفعه إلى تأسيس شركة أخرى

وكغالبية الذين سردنا حكايات نجاحهم، لم ييأس كارل بنز، إنما ازداد إصراراً وعزيمة، وغامر وحيداً، عمل بجد وتصميم إلى أن نجح في تصميم محرك للسيارات، واستطاع أن ينجح في بناء «شاصي» واستطاع أن يجعل المحرك قادراً على دفع العجلات الخلفية إلى الأمام بقوة المحرك، مستخدماً السلاسل الحديدية والأحزمة المطاطية. وعلى الرغم من أن أول سيارة لـ «بنز» تم عرضها للجمهور اصطدمت بحائط وتحطمت، إلا أن ذلك لم يحبط إصرار كارل بنز على تصميم سيارة متينة، ويمكن الاعتماد عليها، إلى أن احتل العام ١٨٩٩ المرتبة الأولى في صناعة السيارات في العالم.

نجح كارل بنز في تصميم أول سيارة متميزة عام

١٩٠٦، وهناك وثائق تثبت أن أول سيارة تم تسجيلها، كان رقمها ٣٧٤٣٥، وقد أعطي مكتب براءات الاختراع الامبراطوري في برلين براءة الاختراع هذه، وسجلها باسم كارل بنز، والذي اخترع السيارة بالعجلات الثلاثة. وقد وضعت سيارة كارل بنز الأولى والتي ظهرت للنور عام ١٩٠٦ في المتحف الألماني حيث مازالت حتى الآن.

في وقت نجاح، كارل بنز وفي زمانه، كان هناك مبتكر عبقري آخر اسمه غوتليب ديملر. والطريف أن ديملر كان أول من اخترع الدراجة النارية، ولكن معروف ومشهور بإبداعاته في عالم السيارات.

ولد غوتليب ديملر في وورتمبرغ في ألمانيا عام ١٨٣٤. وكان أكبر من كارل بنز بعشر سنوات ومهندساً ميكانيكياً ومحباً للميكانيكا والتكنولوجيا، واكتسب خبرة مهمة مبكراً حيث عمل في وايورث في مانشستر-بريطانيا.

نجح كارل بنز في تصمير أول سيارة متميزة عام ١٩٠٦

عاد غوتليب ديملر إلى ألمانيا عام ١٨٧٢، ليعمل في شركة N.A. Otto في كولونيا، والتي كان اختصاصها ونشاطها يعتمدان على إنتاج محركات الوقود. وبعد عشر سنوات من العمل في الشركة، افتتح غوتليب ديملر ورشة للمحركات مع مبتكر آخر واسمه ويلهالم مايباك قرب شتوتغارت.

اخترع غوتليب ديملر أول دراجة نارية عام ١٨٨٥ عندما نجح في تصميم وتركيب محرك خفيف الوزن يعمل بالوقود لدراجة، وتم تسجيل براءة الاختراع تحت الرقم ٣٤٩٢٦. وكانت سرعة هذه الدراجة ١٢ كلم في الساعة، وبدأ بيعها عام ١٨٨٦.

اخترع غوتليب ديملر أول دراجة نارية عام ١٨٨٥

وأول من اشترى محركات الدراجات مصنعوا السيارات في فرنسا.

في ربيع عام ١٨٩٠ تم اختراع محرك بأربع سليندرات من قبل ويلهالم مايباك، وتم استعماله للقوارب. وقد سمي «محرك ديملر» واشترى أحد رجال الأعمال المجريين ويدعى اميل جيلينيك ٣٦ سيارة سباق من ديملر عام ١٩٠٠، فاشترط أن تسمى هذه السيارات باسم ابنته «مرسيدس». وساعد هذا الاختراع كارل بنز وغوتليب ديملر معاً، حيث أصبح باستطاعتهما تطوير عملهما ووسائل النقل بشكل كبير.

أسس غوتليب ديملر في ٢٨ نوفمبر من العام ١٨٩٠ مؤسسة أسماها Daimler Motoren Gesellschaft وسجلها في شتوتغارت، وكان شريكاه ماكس دونتهوفر وويلهالم لورنز. وفي ١٨ مارس ١٨٩٥ اخترعت شركة «بنز» في مانهايم أول باص في العالم وسيّر للعمل في مدن

سيغن، نتفن ودوتز. وفي العام نفسه تم تنظيم أول سباق للسيارات من قبل الولايات المتحدة الأمريكية، وكان السباق كناية عن ذهاب وإياب ما بين شيكاغو وواكيغان، وخسر بنز السباق، وأما السائق الوحيد الذي استطاع إنهاء السباق فهو أوسكار مولر.

توفي غوتليب دیملر في ٦ مارس من العام ١٩٠٠ عن عمر يناهز الخامسة والستين. وفي العام ١٩٠١ ربحت إحدى سيارات دیملر السباق، وسجلت شركة دیملر اسم «مرسيدس» رسمياً حسب وصيته. وهكذا توفي من دون أن يلتقي كارل بنز، ولكنهما على الخط نفسه ولديهما الدوافع والطموحات نفسها، وبكل استقلالية أضافا الكثير إلى عالم السيارات.

كانت لدى الرجلين سمة مشتركة وهي الروح الريادية بتصميم لا يعرف الكسل أو التراجع أو التراخي

كانت لدى الرجلين سمة مشتركة وهي الروح الريادية بتصميم لا يعرف الكسل أو التراجع أو التراخي. هذا التصميم كان نادراً في عصر لم يكن هناك أي تشجيع لأفكار تطور في وسائل النقل، وكان يحتاج هذا الأمر إلى إيمان راسخ ورؤية واضحة لا تلمع وتتبلور إلا في أذهان مبتكرين متميزين ومبدعين.

استمرت شركة دیملر بالتطور، وعلى الخط نفسه كانت شركة بنز في بحث دائم عن تطوير محركاتها وسياراتها،

وفي العام ١٩٠٥ اخترعت شركة دیملر «الراديتور» الذي حقق نقلة نوعية في عالم السيارات وتصميمها. واشتدت المنافسة بين مصنعي السيارات، وأصبح هناك شبه ثورة في عالم السيارات في دول عدة أهمها الولايات المتحدة.

شكلت الحرب العالمية الأولى ضربة قاصمة للشركات الألمانية. وفي الوقت نفسه طرح هنري فورد سيارته الأولى التي حققت نجاحاً باهراً بتصميمها وأسعارها التي ضربت بها الأسواق وكانت تعرف بموديل T. وتحت هذه الضغوط اتفق كارل بنز ومسؤولو شركة دیملر على دمج الشركتين، وحصل ذلك عام ١٩٢٦ وشكل ذلك بداية جديدة لقفزات نوعية في عالم السيارات.

في العام ١٩٠٠ أوصى دیملر بأن تسمى سيارته باسم ابنته «مرسيدس»

توفي كارل بنز في ١٩ يناير من عام ١٩٢٩ عن عمر يناهز الخامسة والثمانين. أي بعد ٣ سنوات من عملية دمج شركته مع شركة دیملر. وهكذا، من محاسن المصادفات نرى أن هذين الرجلين اتخذا قرارات مهمة قبل وفاتهما. ففي العام ١٩٠٠ أوصى دیملر بأن تسمى سيارته باسم ابنته «مرسيدس»، ولولا هذا لكنا الآن نتكلم عن سيارة دیملر، ولم يكن ليعرف أحد ما معنى «مرسيدس». كذلك فإن قرار «بنز» بالدمج مع شركة دیملر كان قبل وفاته بثلاث

سنوات، وبالتأكيد فإن هذا الدمج قد لعب دوراً مهماً في تطوير سيارة «مرسيدس-بنز» والارتقاء بها إلى القمة.

بدأت الشركة بالوقوف مجدداً العام ١٩٣٠ عندما بدأت ألمانيا بتعبيد الطرق وتوسيعها وفتح الأوتوسترادات، حيث ازداد الطلب على السيارات، وفي الوقت نفسه اختار هتلر سيارات مرسيدس الفخمة كسيارات الدولة الرسمية. كما بدأت شركة مرسيدس-بنز بتصنيع المحركات للسيارات والطائرات العسكرية خلال الحرب العالمية الثانية. وكانت الشركة قد تعرضت إلى خسارة قاسية بعدما دمرت طائرات الحلفاء أغلب مصانعها.

بدأت سيارات مرسيدس باحتلال مركز مرموق في عالم السيارات في العالم، بخاصة بين الأغنياء

اشترت الشركة Audi عام ١٩٥٨. (عادت واشترتها شركة فولكسفاغن عام ١٩٦٦). وقد خففت سيارة «أودي» حجم المنافسة مع الولايات المتحدة، التي كانت تعتمد على السيارات الصغيرة.

بدأت سيارات مرسيدس باحتلال مركز مرموق في عالم السيارات في العالم، وراجت بشكل واسع، بخاصة بين الأغنياء، وأحياناً تذكر باسم «سيارة الفخامة». وقد بدأت الشركة عام ١٩٦٠ بتقوية وضعها في عالم الشاحنات والمحركات.

وسعت شركة مرسيدس مبيعاتها عالمياً عام ١٩٧٠، ولم تتأثر بأزمة النفط، لأن أغلب زبائنها كانوا من الطبقة الغنية التي لم تتأثر بارتفاع أسعار النفط. كما دخلت مجال الطائرات والشاحنات الثقيلة والمحركات الكهربائية، وحتى عالم الكومبيوتر بقوة.

لاشك في أن شركة مرسيدس بنز قد أعطت صناعة السيارات قوة كبيرة ودفعة هائلة. فالابتكارات التي أضيفت على سيارة مرسيدس كانت عظيمة، وكانت شركة مرسيدس الأولى في طرح الـ Air bag، الفرامل Anti lock، إضافة إلى الهياكل الآمنة.

وتستمر شركة مرسيدس حتى يومنا هذا بطرح سيارات فائقة الجودة والمتانة. هذا كله بدأ برجلين مبتكرين نظرا إلى أبعد من غيرهما بكثير، وكانا يريان من خلال نظرتهما إلى بعيد صوراً وأفكاراً رائعة توارثها عنهما كل من عمل ويعمل في هذه الشركة العملاقة.

جيمس غامبل

دخول العالمية من باب المصادفة

من منا لم يسمع بمنتجات Procter & Gamble هذه الشركة التي تبيع أهم المنتجات العالمية، وترتيبها هو العشرون بين أهم ٥٠٠ شركة في الولايات المتحدة. ومن أهم منتجاتها، Tide, Crest, Pert Plus, Pampers, Vicks, Crisco, Always, Zest, Bounty, Pantene, etc.. وغيرها الكثير من المنتجات العالمية والتي غزت السوق منذ فترة طويلة جداً.

كيف بدأت هذه الشركة؟ ومن أين انطلقت؟ دعونا نسلط الضوء على شخصين كانت شراكتهما التي تمت مصادفة عاملاً مهماً لتقديم أهم المنتجات في السوق العالمي.

أحد هذين الشريكين يدعى ويليام بروكتر وكان يعمل في صناعة الشمع. أما الآخر فيدعى جيمس غامبل وكان يعمل في صناعة الصابون. لم يكن ليلتقي الاثنان لولا

انهما تزوجا شقيقتين هما أوليفيا واليزابيث نوريس.

كان والد الشقيقتين نوريس، الكسندر، رجلا طموحاً. وقد لعب دوراً رئيسياً في اقناع Procter & Gamble لأن يقيما شراكة في ما بينهما وتأسيس عمل مربح يدر عليهما مالاً كثيراً. وهكذا كان، ففي العام ١٨٣٧، وتلبية لرغبة والد زوجتيهما، تمت ولادة شركة عظيمة نالت درجات عالية من الامتياز.

موقع هذه الشركة كان في ولاية سينسيناتي، وعلى الرغم من أن هذه الولاية كانت مركزاً للتجارة والصناعة في أوائل القرن التاسع عشر، لكن السبب الرئيس أن ويليام بروكتر مهاجر من بريطانيا، وجيمس غامبل مهاجر من ايرلندا، وكانا يحبان الغرب بالفطرة، وكانت سينسيناتي المدينة الملكة لغربي أميركا.

لم يكن ليلتقي الاثنان لولا انهما تزوجا شقيقتين هما أوليفيا واليزابيث نوريس

العام ١٨٣٧ كان صعباً جداً للبدء بعمل تجاري، لأن الخوف الاقتصادي كان مخيماً في ذلك الحين، ومئات البنوك تقفل أبوابها في انحاء البلاد، والجميع يعتقد بأن الولايات المتحدة ستفلس قريباً. وعلى الرغم من ذلك تجرأ الصديقان الشريكان وفتحا مشروعهما، وكان تركيزهما مبنياً على كيفية منافسة ١٤ نوعاً من الصابون في السوق، كذلك العديد من منافسيهم

في بيع الشموع.

افتتحت الشركة رسمياً ١٢ ابريل (نيسان) من العام ١٨٣٧ برأسمال قدره ٣٥٩٦ دولاراً يبيعون من خلاله الصابون والشمع.

شكل الصبر والهدوء عاملاً مهماً لهما في تعميق نظرتهما إلى المدى البعيد والمستقبل الزاهر

وقد شكل الصبر والهدوء في تلك الفترة عاملاً مهماً لهما في تعميق نظرتهما إلى المدى البعيد والمستقبل الزاهر. وكان الهدوء من سماتهما، حيث أصبح علامة فارقة في مؤسستهما. وثمة شاهد آخر على الهدوء والمخاطرة الهادئة هو افتتاحهما العام ١٩٥٠ مصنعاً على الرغم من وجود اشاعات قوية جداً تقول أن هناك حرباً أهلية ستقع في الولايات المتحدة الأميركية.

عانت الشركة الكثير، بخاصة في كيفية دخول سوق تتقاذفه الاشاعات. وكان المنافسون قد وضعوا ايديهم على السوق، وفرص نجاحهم أهم من فرص نجاح الرجلين الطموحين بخاصة أنه بعد فترة تم اكتشاف التيار الكهربائي، ما أثر بشكل سلبي في مبيعات الشمع في الشركة، إلى أن اضطرت إلى التوقف عن تصنيع الشمع وبيعه العام ١٩٢٠.

وعلى الرغم من أن البداية كانت صعبة، إلا أن الشركة

استطاعت ان تصل بمبيعاتها العام ١٨٥٩ إلى مليون دولار، وعدد موظفيها ٨٠ موظفاً. ولعبت الشركة دوراً مهماً خلال الحرب الأهلية في أميركا، حيث حصلت على عقود لتوريد الصابون والشمع إلى الجيوش. وجعلت العقود هذه المصانع تعمل ليل نهار. واكتسبت الشركة بدايات شهرتها من خلال الجنود الذين كانوا يعودون إلى بيوتهم حاملين معهم صابوناً وشمعاً يحملان اسم P&G.

في العام ١٨٧٩ كانت الشركة على موعد مع قفزة نوعية مهمة، وذلك حين قام جيمس نوريس غامبل، ابن غامبل الأب، وهو كيميائي متمرس بصنع صابون ناصع البياض تحت اسم «Ivory». وقد اختار هذا الاسم هارلي بروكتر، وهو ابن المؤسس ويليام بروكتر. وهكذا شاءت المصادفة ان يتابع الابنان ما بدأه الوالدان.

حصلت الشركة على عقود لتوريد الصابون والشمع إلى الجيوش خلال الحرب الاهلية الاميركية

ساعد هذا الصابون على إعلاء شأن الشركة وزيادة شعبيتها بشكل كبير، بخاصة بعد بدء الاعلان عن هذا الصابون في الصحف المحلية. ولم تكتف الشركة ببيع هذا الصابون، انما طرحت العديد من أنواع الصابون الغنية بالروائح العطرة.

وكان من المنطقي ومن الطبيعي أن تتوسع الشركة، بخاصة بعد ازدياد الطلب على منتجاتها، وفتحت لأول مرة

مصنعاً خارج سينسناتي، وكان ذلك في ولاية كنساس سيتي. ثم توسعت خارج الولايات المتحدة فافتتحت مصنعاً في أونتاريو في كندا. وكان لدى الابناء قناعة بأن الأبحاث، بخاصة المخبرية، لتطوير ما لديهم، هو الأساس للصمود في سوق منافس، فتم طرح منتج جديد تحت اسم Chispo، كان أول صابون للغسالات المنزلية، وتبعه Dreft، وكان أول منظف منزلي.

لدى الشركة المئات من المنتجات المشهورة في جميع انحاء العالم

بعدها تم طرح سمنة Crisco والتي غيرت الأسلوب الذي تطهو به ربات البيوت في أميركا، وكانت أرخص من الزبدة وأخف على المعدة.

استمرت الأبحاث، وكان من الطبيعي، ان يكون عدد موظفي الشركة في ارتفاع مستمر، وفتحت مصانع في الفلبين. وتمت وراثتها أباً عن جد من الطرفين Procter & Gamble، وكان هذا الأمر غريباً حيث ان الابناء كانوا يكملون مسيرة والديهم وذلك ليستمر الاسم قوياً ومتيناً ومنتجاً.

كان طرح منتج TIDE أهم حدث للشركة بعد منتج أيفوري العام ١٩٤٦. وبعد أبحاث طويلة توصلت إلى طرح منتج كان السبب الرئيسي في شهرتها في جميع أنحاء العالم، ويحمل اسم Pampers، تبعه معجون

الأسنان Crest العام ١٩٥٥. وفي الحقيقة فإن لدى الشركة المئات من المنتجات، ولكنها ليست كلها مشهورة في جميع انحاء العالم وتقتصر شهرتها على الولايات المتحدة وأوروبا.

وفي آخر إحصاء عن الشركة العام ١٩٩٧ بلغ حجم مبيعاتها ٥٣ مليوناً و٧٦٤ ألف دولار أميركي، وبلغ عدد موظفيها ١٠٦٠٠٠ في جميع انحاء العالم.

شركة عملاقة بدأت بمصادفة العام ١٨٣٧ بمبلغ بسيط تم استثماره عن طريق معرفة حاجة السوق، وتقديم أكثر مما يريده من خلال منتجات تطبع في الذهن بشكل مذهل سهلة الاستعمال ورخيصة، ويحتاج إليها كل إنسان، النساء والرجال والأطفال والعجائز. وقد استطاعت الوصول إلى كل هؤلاء، وأصبحت جزءاً مهماً من حياتهم اليومية.

ستان شيه
«بيل غيتس» تايوان

لا شك في ان جهاز الكمبيوتر من أهم اختراعات القرن العشرين. ويعد هذا الجهاز الأكثر تطوراً في العالم، وفي كل لحظة هناك أفكار جديدة تطرح واختراعات جديدة واكسسوارات جديدة تجعل من هذه الآلة أذكى وأذكى، حتى أصبحت المنافسة في هذا المجال من أشرس المنافسات. لكن من حسناتها بروز نوابغ أغراها هذا الجهاز فأضافوا الكثير إلى هذه الصناعة ووصل الكمبيوتر إلى جميع الناس في كل الأقطار.

شركة «ايسر» أهم الشركات التايوانية المصنعة للكمبيوتر، وهي بين أهم ١٠ شركات تصنيع أجهزة كمبيوتر في العالم.

ترتيبها بالتحديد السابع ومركزها Hsichih في تايوان. وقد استطاعت في فترة وجيزة أن تكون الشركة الرقم ٢ في الولايات المتحدة في عالم الكمبيوتر.

لدى الشركة ٨٠ مكتباً في ٣٨ دولة، ويعمل لديها

حوالي ١٥٠٠٠ موظف، ووكلاء في أكثر من ١٠٠ دولة، وبلغ مدخولها العام ١٩٩٤ حوالي ٣,٢ مليارات دولار، مع ربح صاف تجاوز ٢٠٥ ملايين دولار.

تأسست الشركة العام ١٩٧٦، ومؤسسها الرئيس شخص يدعى ستان شيه الذي جمع مع أربعة من زملائه كانوا يسمون أنفسهم «مزارعو الكمبيوتر» مبلغ ٢٥٠٠٠ دولار.

ستان شيه وهو الرئيسي الحالي للشركة بدأ حياته المهنية العام ١٩٧١ في شركة يونيون انديستيال كوروبوريشن، وخلال عمله هناك استطاع ان يصمم ويطور آلة حاسبة متطورة.

جمع ستان شيه مع أربعة من زملائه مبلغ ٢٥٠٠٠ دولار لتأسيس الشركة

وفي أواخر العام ١٩٧٢ ساعد في انشاء كواليترون، حيث كان قائد المجموعة التي اخترعت أول ساعة بشكل قلم.

وفي يونيو العام ١٩٧٦ أسس ستان شيه مع أصدقائه شركة مالتي تيك انترناشيونال كوربوريشن، والتي سميت في ما بعد شركة «ايسر» وتخصصت بصناعة أجهزة الكمبيوتر الشخصية، وتحت ادارته استطاعت المبيعات ان تبلغ العام ١٩٩٦ حوالي ٦ مليارات.

سوقت الشركة أجهزة PC إلى العالم أجمع، ما جعلها الشركة الآسيوية الوحيدة وغير اليابانية التي استطاعت أن

تكون بين أول ١٠ شركات كمبيوتر في العالم، بعدما بدأت بمبلغ ٢٥٠٠٠ دولار وخمسة شركاء و١١ موظفاً.

أدار ستان شيه العام ١٩٧٨ MicroProcessor Training Center حيث درب أكثر من ٣٠٠٠ مهندس من تايوان خلال سنتين كما تم اصدار The Microprocessor Bulletin لنشر علوم وأفكار الكمبيوتر في تايوان.

تم طرح منتجات كمبيوتر متميزة، وفي العام ١٩٨٥ تم تأسيس Acer Land وهي عبارة عن سلسلة محلات كمبيوتر تجاوز عددها المئة.

وفي السنة نفسها كانت للشركة فروع في ألمانيا واليابان. ثم تغير اسم الشركة إلى Acer العام ١٩٨٨، وهي كلمة لاتينية متعددة المعاني «فعال، دقيق، ذكي وقاطع». وفي العام نفسه دخلت «ايسر» سوق الأسهم.

السرعة هي هاجسه الدائم وكل الأبحاث منصبة على جعل الكمبيوتر أكثر سرعة

كان طموح ستان شيه جارفاً وكان يحب الشهرة ويريد أن يجعل من «ايسر» أسرع جهاز في العالم.

السرعة هي هاجسه الدائم وكل الأبحاث منصبة على جعل الكمبيوتر أكثر سرعة، وهو اضافة إلى عمله كرئيس للشركة يشغل مناصب عدة، منها مستشار أساسي في Multi Super Highway Corridor Advisors. وقد

أعطى جوائز تقدير لاسهاماته الفعالة في مجال الكمبيوتر، واحدة منها من Asia Week. واختارته مجلة Business Week كواحد من أفضل ٢٥ مديراً في العالم لعام ١٩٩٥، وقالت عنه أنه أحد عباقرة آسيا المستثمرين.

ظهرت صورته على أغلفة المجلات الاقتصادية والتجارية كشخصية مرموقة، وقد تم تكريمه من قبل لجنة الاساتذة والطلاب في مدرسة مارشال، وتسلم الجائزة الدولية للتميز الاداري في ١٢/١/١٩٩٨.

تم اختياره من قبل مجلة Executive Digest كأحد أفضل المديرين خلال الـ١٥ سنة الأخيرة

وكان قد تم اختياره من قبل مجلة Executive Digest كأحد أفضل المديرين خلال السنوات الخمس عشرة الأخيرة. كما أعطته مجلة فايننشال وورلد جائزة International CEO of the year العام ١٩٩٥. وفي السنة نفسها تم اختياره كأفضل CEO للعام ٩٥. وتسلم جائزة القدوة وهي جائزة أشخاص يعتبرون قدوة مهمة للآخرين. وكانت المجلة العالمية الشهيرة Fortune قالت عنه انه أحد ٢٥ شخصاً يجب أن تتعرف إليه إذا كنت تريد أن تعقد صفقات في آسيا. وقد استطاع أن يجعل شركته تتخطى شركات يابانية كبرى، وقالت عنه Micro Times أنه أحد ١٠٠ شخص الأكثر تأثيراً في تاريخ الولايات المتحدة في مجال نظم المعلومات.

حصل ستان على ميداليات لا تعد وتسميات كثيرة وجوائز عديدة.

ستان شيه بدأ بداية متواضعة ولكنه أصبح شبه بطل قومي من تايوان وجد الوظائف لآلاف التايوانيين. ويعطيه هذا الموضوع سعادة غامرة. ومن خلال رغبته في جعل الكمبيوتر أسرع فأسرع، وفر وقت الناس وجعل التعامل مع الكمبيوتر أسهل والحصول على أفضل النتائج في وقت أقل.

ستان شيه حكاية نجاح لحافز شخصي خدم الملايين ولا يزال.

مزارع يربط العالم بهاتفه

العصر الذي نعيش فيه على صعيد تطور عالم الاتصالات تجعل العالم صغيراً جداً. لم يكن ذلك وليد المصادفة، والتطور الواضح والقفزات النوعية خلال القرن العشرين، بل يقف وراءه أشخاص كانوا السبب في جعله حقيقة واقعة ومفيدة. ثمة شخص أسهم إسهاماً فعالاً في تطوير أجهزة الاتصالات وجعله في متناول الجميع، وقرب الناس إلى بعضها بعضاً، وجعل الكرة الأرضية مبنى واحداً، تستطيع أن تصل إلى أي شخص كان وفي أي بقعة في ثوان معدودة، ومن خلال الضغط على زر واحد، وهذا الشخص هو مزارع بدأ من الصفر، لكن أحلامه كانت أكبر بكثير من ظروفه وواقعه، اسمه «لارس ماغنوس اريكسون» مؤسس شركة اريكسون لأجهزة الاتصالات والهواتف.

ولد اريكسون عام ١٨٤٦ في السويد، وتحديداً في منطقة اسمها «فاومسكوغ» جنوبي فارم لاند، نشأ في مزرعة،

وبذلك تربى على الزراعة وبين المزارعين. ترك المنزل وهو في الرابعة عشرة من عمره باحثاً عن عمل. وبما أنه غير متعلم فكان من الطبيعي أن يتنقل بين عمل وآخر، فاشتغل حداداً لبضع سنوات إلى أن وصل به الأمر إلى ورشة عمل لجمع وتصليح التلغرام في استوكهولم وكان اسم الشركة «أولر وشركاه».

كان ذلك في العام ١٨٦٧ وكان اريكسون قد بلغ من العمر ٢٠ عاماً. وقد شكل العمل في شركة «زولر» بالنسبة إلى أريكسون نقطة تحول غيرت مجرى سنوات من عمله فيها، حتى أصبح فنياً بارعاً يجمع ويصلح التلغرام بمهارة وسرعة، وبذلك اكتسب خبرة كان لها أثرها الواضح على مستقبله ومستقبل العالم أجمع.

بتوصية خاصة من مدير عام "أولر" تمت تسمية ايركسون لدورات تدريبية خارج السويد

وكمكافأة له على جهوده، وبتوصية خاصة من مدير عام «أولر» تمت تسمية ايركسون لدورات تدريبية خارج السويد. واكتسب في فترة عامين ونصف العام بين ألمانيا وسويسرا الكثير، بخاصة أن من بين الورش التي تدرب فيها شركة سيمنس Siemens في برلين. وقد بلغ أريكسون حوالي الثلاثين من عمره وكان قد أصبح مهيأ نفسياً لأن يفتح عملاً خاصاً به بعد ١٦ سنة خبرة في

مجال التلغرام بدأها من الصفر.

وهكذا أسس لارس ماغنوس اريكسون بمساعدة أحد الأشخاص ورشة هندسة كهربائية في شهر ابريل ١٨٧٦ وأسماها L.M Ericsson & Co. وهكذا فقد تم وضع حجر الأساس لمؤسسة أسهمت في عالم الاتصالات، وأصبح اسمها "Telefonaktiebolaget Ericsson"، وباتت من الرواد في هذا المجال.

في العام نفسه، حدث أمر مهم أثر في أحلام ومشاريع أريكسون، عندما سجل ألكسندر غراهام بل براءة اختراع في الولايات المتحدة الأمريكية ألا وهو« الهاتف». ولم تمض سنة حتى كانت الهواتف تباع في السويد بشكل مقبول. وعلى الرغم من أن عمل ورشة أريكسون الرئيسي كان تصليح أجهزة التلغراف، غير أنه لاحظ أن جهاز الهاتف الجديد في حاجة إلى تطوير وتحسين، فبدأ بتركيب أجهزة من تصميمه الخاص.

عام ١٨٧٦ سجل ألكسندر غراهام بل براءة اختراع «الهاتف» في الولايات المتحدة الأمريكية

وبعد عمل مضن مقرون بالكثير من التجارب والخطأ والاختبارات المتكررة، استطاع اريكسون أن ينتج بعد سنة هاتفاً عملياً وسهل الاستعمال. وفي نوفمبر من العام ١٨٧٨، برز أول طرازين لجهاز الهاتف جاهزين للعمل بشكل جيد.

بدأ اريكسون يواجه المصاعب عندما وضعت شركة "بل" الأمريكية أول شبكة اتصالات هاتفية في السويد

بدأ اريكسون يواجه المصاعب الحقيقية، وكان ذلك في العام ١٨٨٠ عندما وضعت شركة «بل» الأمريكية أول شبكة اتصالات هاتفية في السويد، وفي خطوة منافسة استطاع اريكسون الحصول على عقد لبناء شبكة اتصال هاتفي في منطقة غوفل. واستطاع أن يثبت أن جودة التكنولوجيا السويدية تستطيع أن تنافس المشاريع العالمية، وبذلك أرست شركة اريكسون جذوراً وقواعد قوية في السويد، وأصبحت من الشركات التي تحظى بالاحترام والسمعة الحسنة في السوق المحلية.

استمر اريكسون في العمل بجهد وتصميم نادرين لابتكار تصاميم جديدة ومميزة لأجهزة الهاتف. كان نشيطاً ولديه القدرة والرغبة في العمل لساعات طويلة من دون كلل أو تعب، وكان يركز دائماً على النوعية والجودة والأشكال الجميلة والأنيقة، وكانت أولوياته هذه سبباً في تزايد الطلب على منتجات شركة اريكسون.

في العام ١٨٨٣، افتتح H.T. Cedergren والذي يعد أحد الرواد في هذا المجال، شركة استوكهولم للاتصالات العامة. وفي العام نفسه صمم اريكسون أول لوحة مفاتيح للتحكم في الاتصالات الهاتفية، اشترتها منه

شركة «استوكهولم للاتصالات العامة»، وبهذا أصبحت شركة اريكسون الموزع والمصدر الرئيس لهذه الشركة، وشكل ذلك بداية لمرحلة توسع وتطوير. وقد تعاونت الشركتان لمنافسة شركة «بل» الأمريكية للاتصالات. وهكذا كانت شركة SAT الزبون الرئيسي لأريكسون، إضافة إلى شركة Swedish PTT.

افتتح اريكسون مصنعاً في تولغاتان في استوكهولم العام ١٨٨٤. واخترع العام ١٨٨٥ أول جهاز يحتوي على سماعتين للتكلم والاستماع. ولم يمض العام ١٨٩٠ حتى كان لدى شركة اريكسون ٥٠٠ عامل، وزبائن من خارج السويد، وبدأ بفتح أقنية جديدة، حيث بدأ بفتح أفرع جديدة لشركته، فكان له حضور خارج السويد، في روسيا وبولندا.

بدأت الغيوم والأزمات بالظهور في الأفق بسبب توسع السوق واشتداد المنافسة

بدأت الغيوم والأزمات بالظهور في الأفق بسبب توسع السوق واشتداد المنافسة. وقررت الشركتان Swedish PTT, SAT معاً أن توقفا جميع أعمالهما مع شركة اريكسون، وافتتاح مصانع خاصة بهما وعدم الاعتماد على أحد.

كان على اريكسون أن يتخذ بعد هذه الكارثة قرارات مصيرية لكي يستمر، فاتجهت أنظاره إلى روسيا، حيث رأى

في السوق الروسية سوقاً يافعة، وتوجه لبناء بنية تحتية، وعلى الرغم من أن شركة Russian PTT كانت تشتري من شركة اريكسون، إلا أنها كانت تواجه ضغوطاً لافتتاح مصنع في سانت بطرسبرغ.

واجهت شركة اريكسون المصاعب مرة ثانية هذه المرة من SAT التي غزت السوق الروسية

وتحت ظروف ضاغطة، في ظل الإحساس بخسارة السوق السويدية، قرر اريكسون، أن الوقت قد حان لتلبية طلب الروس. وافتتح أول مصنع في أرض أجنبية في واسيلي أوسترو في سانت بطرسبرغ.

كان هدفه أعمق من أن يصنع أجهزة هاتف للسوق الروسية، فبعد انهيار السوق السويدية، بالنسبة إليه، قرر أن ينتقل كلياً إلى السوق الروسية وأن يكون مركزه الرئيسي في السويد. وكان على قناعة بأن العمل يمكن أن يدار من سانت بطرسبرغ.

ومن الناحية المادية والمصاريف ومصاريف الشحن لأكثر الأسواق استهلاكاً، كان على حق. وبهذه الطريقة تحقق الشركة أرباحاً لا بأس بها، وأكثر مما تحققه إذا كانت الإدارة العامة في استوكهولم.

واجهت شركة اريكسون المصاعب مرة ثانية هذه المرة من SAT التي اكتشفت السوق الروسية. واستطاعت أن

تحصل على عدد من العقود في المدن الروسية المهمة. وكانت هذه المشاريع تسبب أرقاً وقلقاً لم يدوما طويلاً، حيث أن القدرة على التصنيع لا تستطيع أن تفي بمتطلبات السوق السويدية والروسية معاً، فقررت شركة SAT أن تشتري من الوكيل السابق، وبدأت المفاوضات التي تخللها الكثير من المطبات إلى أن تم الاتفاق على دمج الشركتين وتحقيق «خبطة» تفيد الطرفين معاً. ولعل أفضل ما في الموضوع أن شركة اريكسون استمرت سويدية، ولم يضطر لارس اريكسون إلى أن يتحول كلياً إلى سانت بطرسبرغ.

قرر اريكسون عام ١٩٠١ أن تكون هناك صالة عرض دائمة في المصنع لعرض منتجات الشركة، وأصبحت هذه الصالة جاهزة عام ١٩٠٣ وكانت تستعمل أيضاً لغرض الاجتماعات والحفلات.

قرر اريكسون عام ١٩٠١ أن تكون هناك صالة عرض دائمة في المصنع لعرض منتجات الشركة

تقاعد لارس ماغنوس اريكسون من العمل في الشركة، بعدما اشترى مزرعة كبيرة، وعاد إلى الزراعة حيث أمضى بقية حياته حتى وافته المنية العام ١٩٢٦.

وعلى الرغم من تقاعد مؤسس الشركة وعمودها الفقري أكملت الشركة مسيرتها في اتجاهات مختلفة فقامت بتشغيل شبكة هواتف في المكسيك العام ١٩٠٥، وحصلت على عقد

لتطوير أجهزة الهاتف في بانكوك العام ١٩٠٨، ثم بنت الشركة مصنعاً في باريس العام ١٩١١.

وتوسعت الشركة وتطورت بعدما عبّد لها الطريق ورسم مستقبلها ذلك المبتكر الذي بدأ مزارعاً وانتهى مزارعاً. ولكن بين المرحلة الأولى والمرحلة الثانية كانت هناك ثورة سببها اريكسون، الذي قرّب الناس إلى بعضهم بعضاً ووفر الوقت بشكل كبير.

تقاعد اريكسون من العمل في الشركة، وعاد إلى الزراعة حتى وافته المنية العام ١٩٢٦

وبنظرة سريعة إلى «اريكسون» هذه الأيام نرى أن الشركة تعدّ من أكبر وأضخم مصنعي أجهزة الهاتف والاتصالات، حيث تباع منتوجاتها في أكثر من ١٣٠ دولة، ولديها أكثر من ٤٠ في المائة من حجم السوق العالمية لأجهزة الهواتف النقالة (حوالي ٥٤ مليون مشترك)، ولديها ٩٣٩٤٩ موظفاً حسب أحصاء العام ١٩٩٦. ويرأس الشركة حالياً لارس رامكفيست، وعمره ٥٩ عاماً. وقد بلغ معدل مبيعاتها العام لعام ١٩٩٦ حوالي ١٣٨٠٤٨ مليون كورون سويدي.

وهكذا، استفاد لارس اريكسون من اختراع الكسندر غراهام بل لجهاز الهاتف وطوره وجعله في متناول يد البشر، وتجلب المكالمات مليارات الدولارات لشبكات

الاتصالات في جميع أنحاء العالم، التي تعتبر «اريكسون» إحداها، ولحسن حظ هذا العالم، أن لارس اريكسون لم يقرر أن يبقى مزارعاً، وقرر أن يدخل مجال الاتصالات.

شركة عملاقة واجهت هزّات.. ونجحت

لا عندما نذكر أشهر السيارات العالمية مبيعاً وأداء وفخامة لا بد من ان تتقدم سيارة بي ام دبليو، هذه السيارة الألمانية التي حظيت باعجاب العالم وبمكانة مرموقة، وفرضت نفسها على السوق العالمي، كأكثر السيارات الرياضية فخامة، وهي كجارتها الألمانية اللدودة «المرسيدس» من أكثر السيارات جاذبية لدى الجميع.

مركزها الرئيسي يقع في ميونيخ في ألمانيا، وقصتها تعود إلى العام ١٩١٧، وهي من اكثر الشركات المصنعة لسيارات السيدان والكوبيه التي تباع في جميع انحاء العالم، وتملك شركة روفر في بريطانيا، وتنوي استثمار ٦ مليارات دولار خلال السنوات الخمس المقبلة في شركة روفر لسيارات ميني، أم جي ولاندروفر. كما أن حجم الشركة يكبر يوماً بعد يوم في عالم الدراجات النارية، وهي قريبة جداً من منافسة هارلي دافيدسون ولديها استثمار مشترك مع شركة رولس رويس لصناعة محركات الطائرات. وعلى الرغم من

كونها سيارة ألمانية فقد استطاعت ان تنافس السيارات الأميركية واليابانية في السوق الأميركية، وتبيع أكثر من ١٢٢٠٠٠ سيارة سنوياً وأكبر مصانعها خارج المانيا يقع في جنوبي كارولينا.

شعار شركة BMW يتكلم الكثير عنها، فهو يحتوي على اللونين الأزرق والأبيض بشكل دائري متدافع، وهذه هي ألوان المقاطعة الألمانية بافاريا.

بدأت قصة هذه الشركة العملاقة عندما اسس شخص يدعى كارل راب محلاً صغيراً يصمم من خلاله رسومات لمحركات الطائرات اسماه The Rapp Motor Company قرب ميونيخ في المانيا. عمل فيه لمدة ٤ سنوات ثم قرر تسميته العام ١٩١٧ Bayerische Motoren Werke. واختصار الاسم هو BMW، وهو مصنع بافاريا للمحركات وبالإنكليزية The Motor Factory Bavaria. واستفادت الشركة كثيراً خلال الحرب العالمية الأولى لانشغالها في تصميم محركات الطائرات الحربية فازدهرت اعمالها، ولكن نهاية الحرب العالمية الأولى قضت على هذا الازدهار ولم يعد هناك طلب على محركاتها فغيرت الشركة اتجاهها وتخصصت في تصنيع الفرامل التي تستعمل في سكك الحديد حتى العام

استفادت الشركة من الحرب العالمية الأولى لانشغالها في تصمير محركات الطائرات الحربية

١٩٣٠. ولكن في الوقت نفسه طرحت شركة بي ام دبليو أول دراجة نارية لـها العام ١٩٢٣ وأسـمتـها The R 32 والتي حصلت على الرقم القياسي كأسرع دراجة نارية بين الأعوام ١٩٢٩ و١٩٣٧.

ودخلت شركة بي ام دبليو عالم صناعة السيارات العام ١٩٢٨ من خـلال شـراء شركـة سـيـارات ألمانيـة تصنع السـيارات الصـغـيرة، وكـانت فـاشلة نسـبيـاً واسـمهـا Fahrzeugwerke Eisenach.

مع بداية العـام ١٩٣٣، طرحت بـي أم دبليـو سلسلة سيـارات ناجحة كـبيرة ورياضـية جمـيلة. وفي ظل هذا النجاح اجبر هتلر الشركـة على تصنيع محركات الطائرات في الثلاثينات، وهكذا توقفت صناعة السيارات كلياً العام ١٩٤١.

عارض جوزف بوب، أحد قادة بي ام دبليو، قرار هتلر فتم عزله

عارض جوزف بوب، أحد قادة بي ام دبليو، قرار هتلر فتم عزله. وهكذا تم اجبار شـركة بي ام دبليو على بناء مـصـانع داخل الدول الـتي احـتلهـا النازيون، وتركز نشـاطها على تصنيع المحركات والصواريـخ ارضاء لرغبات هتلر التوسعية.

تم تفكيك كل المصانع بعد خسارة ألمانيا للحرب العالمية الثانية، وأصـبحت الشركة على مـشارف الدمار الكامل،

لعـدم قدرتهـا على الوقـوف بعد خـسـائر الحرب الهـائلة وخسارة النازيين فلم تجد طريقاً لها للاستمرار سوى تصنيع أدوات المطبخ والحدائق.

وفي العام ١٩٤٨ طرحت الشـركة دراجة نارية بـ «سيلندر» واحد مجمع من بعض القطع المختلفة، وكان بمثابة وسـيلة انتقـال رخيـصـة الثمن بعـد ويلات الحرب الـتي مرت بها ألمـانيا، ولم تمض فترة قصيـرة من الخمسينات حـتى طرحت بي ام دبليـو سيـارات كبيـرة، وكانت اسعارها عـالية فقاربت مـبيعاتهـا الصفر، وفشلت فشلاً ذريعاً فـركزت على سوق الدراجات النارية، وعندما تدنت المبيعات في هذه السوق غـير المستهلكة كثيراً للدراجات النارية صـارعت بي ام دبليو مرة اخرى للـبقاء، بطرح سيارة Isetta والتي كانت على ثلاث عجلات.

تم تفكيك كل المصانع بعد خسارة ألمانيا للحرب العالمية الثانية، وأصبحت الشركة على مشارف الدمار الكامل

وفي العـام ١٩٥٩ اشـتـرى هيـربرت كـواندت «بي ام دبليو» وأنقذها مقـابل مليون دولار. وازدهرت الشركة ايام كواندت، وصنعـت سيارات سـيدان الرياضـية، وطرحت الموديلات الجديدة لـ «بي ام دبليو» العام ١٩٦١ وقـد دفعها نجـاح الموديلات الجديدة الى شـراء Hans Glas لتـصنيع السيارات العام ١٩٦٦.

مع بداية السبـعينات. حلقت مـبيعـات بي ام دبليو في

أوروبا، ما جعل الشركة تطمئن وتتوسع خارج أوروبا، الأمر الذي دفع الشركة إلى انشاء مراكز توزيع لسياراتها في الولايات المتحدة الاميركية، ما وضعها في مواجهة ومنافسة مباشرة مع سيارات مرسيدس بنز.

اشترت شركة روفر البريطانية وطرحت سيارة الدفع بأربع عجلات Discovery

لاقت السيارات نجاحاً في الولايات المتحدة الأميركية، كذلك في آسيا واستراليا بخاصة خلال الثمانينات وفي المقابل وقعت مبيعات الدراجات النارية ضحية المنافسة اليابانية، وتدني الطلب عليها.

طرحت بي ام دبليو سياراتها الفخمة العام ١٩٨٦ ما جعل المنافسة مع سيارات مرسيدس بنز اكثر شراسة.

ارتفعت مبيعات بي ام دبليو كثيراً مع نهاية الثمانينات، ولكنها انخفضت بنسبة ٤٥ في المئة العام ١٩٩١، وفي العام ١٩٩٢ حققت تقدماً على سيارات مرسيدس بنز في أوروبا لأول مرة، وأصبحت أول شركة أوروبية مصنعة للسيارات تدير مصنعاً من أميركا، بعدما أغلقت شركة فولكسفاغن مصنعها العام ١٩٨٨.

تشاركت شركة بي ام دبليو مع الشركة البريطانية رولس رويس العام ١٩٩٠ بهدف تصنيع محركات للطائرات، ونجحت الشركتان في ذلك من خلال تصميم «محركات V»

واصبح خياراً أكيداً للطائرات، وانطلق فعلياً العام ١٩٩٥.

لم تكتف الشركة بذلك انما اشترت شركة روفر البريطانية من British Aerospace وHonda وطرحت سيارة الدفع بأربع عجلات Discovery.

وفي ظل تزايد الطلب على سيارات الدفع بأربع عجلات طرحت سيارة Highlander Land Rover العام ١٩٩٦. وفي العام ١٩٩٧ أعلنت الشركة خطة لطرح دراجة نارية تنافس بها دراجات هارلي دافيدسون.

عرضت شركة بي ام دبليو شراء شركة رولس رويس للسيارات مقابل ٦٣٤ مليون دولار، ولكن شركة فولكسفاغن قدمت عرضاً أفضل وأخذتها. غير ان شركة بي أم كانت لها الضحكة الأخيرة بعدما باعت رولس رويس لصناعة محركات الطائرات الاسم، والشعار لشركة بي ام مقابل ٦٦ مليون دولار.

بي ام دبليو حكاية نجاح شركة صارعت البقاء مرات كثيرة ووقفت أقوى وتعاقب عليها ادارات عدة، واستمرت لمدة ٨١ عاماً على الرغم من الهزات العنيفة ومرحلة الصعود والهبوط في فترات كثيرة من تاريخها، وها هي اليوم تقف شامخة وترضي الملايين في الفخامة والجودة.

الرجل الذي أثرى صناعة الحديد والفولاذ في العالم

أشهر فقير يكوّن ثروة كبيرة

يعتقد كثير من الناس بأن النجاح في بداية القرن العشرين كان أسهل منه في نهاياته، لكن الحقيقة تقول إن عصر صعوباته، حسناته وسيئاته، وعدم وجود سبل النجاح والوسائل المتاحة من تكنولوجيا وتقدم صناعي لربما كان من العوامل التي تحسب للذين ولدوا في بداية القرن العشرين، ولا يجوز المقارنة في كثير من الأحيان، وبخاصة أن الثلث الأول من بداية القرن شهد حربين عالميتين أثرتا بشكل مباشر في الاقتصاد والتجارة. وبعد النجاح في عصر خال من أية وسائل متقدمة من تكنولوجيا، اتصالات، مواصلات، كمبيوتر وغيرها، له طعم ووزن يختلفان عما نشهده من ثورات صناعية حالياً في مختلف سبل ووسائل الحياة.

من أشهر التجار في ذلك الوقت كان أندرو كارنيجي، والذي اشتهر بأنه تاجر الفولاذ والصلب الأول في عصره،

وذاع صيته كإنسان محب للخير والعطاء والبر، ومن الأشخاص النادرين الذين قرروا أن يهبوا معظم ثروتهم وهم أحياء.

ولد أندرو كارنيجي في اسكوتلندا العام ١٨٣٥. كان والده عامل نسيج فقيراً ومعدماً، وكانت ولادته في وقت كانت الثورة الصناعية في ذلك الحين على الأبواب، ولم يعد لعامل النسيج أي حاجة أو دور يذكر بوجود الآلات، وانعدم الطلب لوجود منافسة شديدة بين العمال. ولتستمر الحياة اضطرت والدته للعمل في تصليح وحياكة الأحذية. وكان أندرو الصغير بجانبها يحمل لها الأبر. ولأن الأم تريد أن يعيش أولادها حياة أفضل. انتقلت العائلة إلى الولايات المتحدة الأميركية عندما كان عمر أندرو ١٢ عاماً.

عمل أندرو في مصنع للقطن بأجر قدره دولار واحد وعشرون سنتا في الأسبوع

عمل والد أندرو كارنيجي في مصنع للقطن في الولايات المتحدة، وتبعه أندرو حيث عمل في المصنع نفسه بأجر قدره دولار واحد وعشرون سنتا في الأسبوع. ثم أنتقل للعمل كحاجب مراسل في مكتب بيتسبورغ للبريد والتلغراف.

لم يقبل أندرو كارنيجي أن يقف عدم دخوله المدرسة وهو صغير عائقاً في طريقه للتعلم. تعلق بالقراءة، وكان شغوفاً بالكتب السياسية والتاريخ والعلوم. وكان يكتب وهو مراهق رسائل إلى الصحف،

منها إلى نيويورك تريبيون، يعطي فيها آراءه في أمور عدة منها الاستعباد ومساوئه، وظل يراسل الصحف طيلة حياته.

عرف بأمانته، ويحكي عنه أنه سلم مكتب البريد مبلغ ٥٠٠ دولار عثر عليه خلال عمله، مع ان هذا المبلغ كان يعادل بالنسبة إليه ١٠ سنوات عمل في ذلك الحين.

تمت ترقيته من حاجب إلى عامل تلغراف (بدالة) وعمل في خطوط بنسيلفانيا لسكك الحديد. وكان أندرو دقيق الملاحظة، وأصبح أول عامل تلغراف يستطيع أن يميز الرسائل من الصوت. وتمت ترقيته مرة ثانية لتميزه، وبلغ راتبه ٣٥ دولاراً في الشهر. ويقول عن ذلك: «لم أكن أحلم أن أحصل على مبلغ كبير من المال كهذا في حياتي».

عرف بأمانته، ويحكي عنه أنه سلم مكتب البريد مبلغ ٥٠٠ دولار عثر عليه خلال عمله

كان دائم البحث عن الفرص، ولم يمض وقت طويل حتى وجد فرصته، ومن خلال مهاراته في التلغراف وتميزه، استطاع أندرو كارنيجي أن يصبح السكريتر الأول لطوماس سكوت مدير القسم الغربي لمحطة بنسيلفانيا. لعب طوماس سكوت دوراً كبيراً في حياته.

تعلم أندرو كارنيجي من طوماس سكوت فنون الإدارة

والتجارة خلال ١٢ عاماً من عمله في سكك الحديد، واستطاع بطموحه وجهده أن يصبح مديراً للمحطة، وأدخل طوماس سكوت أندرو كارنيجي إلى عالم استثمار الأموال، ومع نهاية العام ١٨٦٣ كان حجم عائدات أندرو من استثماره في سكك الحديد والنفط ما يقارب الـ ٤٥٠٠٠ دولار في السنة.

ازدهرت محطات سكك الحديد بعد الحرب الأهلية، التي ساعد كارنيجي خلالها كثيراً كمتطوع، بخاصة خلال معركة بول ران والتي كان ينقل خلالها المصابين. وازدهرت أيضاً صناعة وبناء الجسور والسكك الحديدية، ما لفت انتباهه.

تعلم أندرو كارنيجي من طوماس سكوت فنون الإدارة والتجارة خلال ١٢ عاماً من عمله في سكك الحديد

وفي العام ١٨٦٢ أسس مع سكوت وبعض الشركات شركة Keystone Bridge Company لبناء الجسور الحديدية. وفي العام ١٨٦٥ ترك كارنيجي عمله في سكك الحديد، وركز على شركة الجسور الحديدية، واستطاع أن يوظف العقود التي حصل عليها من خلال عمله في سكك الحديد في شركته Keystone، ما جعلها أفضل وأنجح شركة بناء جسور في الولايات المتحدة.

انتقل أندرو بعد هذا النجاح إلى تجارة الحديد، وأصبح لاحقاً من أهم التجار في هذا المجال، وبنى مصنعاً ضخماً

لهذا الغرض قرب بيتسبورغ.

اعتمدت سياسة كارنيجي على رفع جودة الفولاذ وتخفيض سعر مبيعه

اعتمدت سياسة كارنيجي على رفع جودة الفولاذ وتخفيض سعر مبيعه، ما جعله يتوسع ويكبر بشكل كبير. وكان أندرو رجلاً منظماً للغاية. وقد قدم نظاماً للمحاسبة. وكان برنامجه من أفضل البرامج لحساب التكاليف على الاطلاق في ذلك الوقت. وكان دائم القول: «راقب المصاريف والأرباح ستراقب نفسها بنفسها».

من سياسات كارنيجي الناجحة، أيضاً، احاطة نفسه بمساعدين وأشخاص أكفاء ومتمكنين في مجالاتهم. وفي مرة من المرات اقترح على أحد مساعديه أن يكتب على قبره: «هنا يرقد رجل استطاع أن يجتذب حوله رجالاً أذكى وأبرع منه».

كما كان كثير الرعاية والاهتمام بمساعديه، لأنه كان يعتبرهم أهم من الحديد والصلب والمصانع. وبالنتيجة، أصبح العديد من مديري إداراته من الأغنياء، منهم تشارلز شواب.

لم يتزوج أندرو كارنيجي لأنه، حسب رأيه، كان مخلصاً لأمه في حياتها. ولكن في العام ١٨٨٧، وبعد فترة وجيزة من مماتها، تزوج اندرو البالغ من العمر ٥٢

عاماً في ذلك الوقت من لويز ويتفيلد، وكان يحبها جداً، وكانت أيضاً امرأة مستفهمة ولم تعترض عندما قرر زوجها أن يهب معظم ثروة العائلة للمحتاجين.

استطاعت الولايات المتحدة الأميركية بقيادة أندرو كارنيجي تخطي بريطانيا في صناعة الحديد والفولاذ. ولكنه قرر بعد فترة أن يتفرغ لأعمال الخير، فباع شركته إلى مورغن للحديد عندما كان في عمر يتجاوز الخامسة والستين مقابل ٤٠٠ مليون دولار. كان ذلك العام ١٩٠١.

أحلى اللحظات هي اللحظة التي تشعر فيها أنك كونت ثروة وبعدها تهب معظمها إلى الفقراء والمحتاجين

كانت فلسفة اندرو كارنيجي واضحة: «أحلى اللحظات هي اللحظة التي تشعر فيها أنك كونت ثروة وبعدها تهب معظمها إلى الفقراء والمحتاجين وأنت حي، وقبل أن تموت لتشعر بسعادتهم وأنت مازلت على قيد الحياة». وقال أيضاً: «أن أشنع ما في هذه الدنيا هو عبادة المال». وقد قسم أندرو حياة الإنسان إلى قسمين: قسم لتكوين الثروة، والقسم الآخر لصرفها. وقد اسس كارنيجي ٢٨١١ مكتبة عامة، وأسهم كثيراً في الشؤون الطبية والتعليمية.

وهب كارنيجي أكثر من ٣٥٠ مليون دولار في خلال ١٠ سنوات، وبعدما تعب من هذه الأمور، قرر أن يرتاح،

ولكنه قبل ذلك قرر أن يبني قصر السلام في الـ Hague.

كتب كارنيجي كتباً عدة منها «انتصار الديموقراطية»، وكان رجلاً وطنياً ومحترماً، بخاصة أنه أسس مصانع في فترة الركود الاقتصادي بعد الثورة الصناعية واثقاً من التعويض، وازدهرت تجارته وذاع صيته.

توفي اندرو كارنيجي العام ١٩١٩ عن عمر يناهز الرابعة والثمانين تاركاً وراءه زوجته وابنته. ولكنه ظل حياً من خلال فلسفته التجارية ومن خلال تبرعاته التي طالت جميع الولايات المتحدة والتي طورت في مرافق عديدة ومجالات كثيرة. وهكذا انتهت حياة شخص لم يكن يتوقع في يوم من الأيام أن ينال مبلغ ٣٥ دولاراً في الشهر ووجده مبلغاً كبيراً عليه ولكن بطموحه وكده وجهده استطاع أن يضرب هذا الرقم بملايين الدولارات ويثري صناعة الحديد والفولاذ في العالم.

طوماس واطسون

إنجاز حفر اسم الشركة في عالم التكنولوجيا

استطاعت شركة IBM ان تحفر اسمها بحروف من ذهب في عالم الكمبيوتر والتكنولوجيا، واحتلت مكانة مرموقة لا يستطيع ان ينكرها أحد أو ينكر ما قدمته هذه الشركة للعلم والتكنولوجيا وسهلت العمل وأساليبه بشكل خارق، ودخلت إلى جميع مرافق حياتنا في جميع أنحاء العالم.

يقف خلف هذا الانجاز شخص اسمه طوماس واطسون الذي ولد العام ١٨٧٤، وهو من أبوين اسكوتلانديين هاجرا الى الولايات المتحدة الأميركية.

لم تكن بدايته هذه البداية العظيمة انما كان مجرد بائع في الشركة العالمية الشهيرة NCR وهي اختصار لـ (National Cash Registers).

كان طوماس واطسون بائعاً مميزاً اكتسب خبرة كبيرة من خلال عمله في هذه الشركة، وبخاصة من مؤسسها جون

هنري باترسون والذي تعلم منه الكثير في مجال التجارة وإدارة الأعمال. ومن أهم ما تعلمه واطسون كان: أهمية الحوافز المادية والمعنوية للموظفين، الأناقة والاعتناء بالمظهر، زرع الولاء والفخر في نفس كل موظف يعمل في الشركة، أهمية انشاء فرق رياضية تابعة للشركة أعضاؤها من الموظفين أصحاب المواهب، وغيرها الكثير.

من أهم ما تعلمه واطسون: أهمية الحوافز المادية والمعنوية للموظفين، الأناقة والاعتناء بالمظهر

وفي الحقيقة فإن فكرة انشاء شركة لم تكن على بال طوماس واطسون، إذ كانت هناك أحداث شكلت عاملاً مهماً في أيام IBM. وعلى الرغم من أن تاريخ ولادتها رسمياً كان في ولاية نيويورك في ١٩١١/٦/١٥ تحت اسم CTRE هو اختصار لـ Recording Computing - Tabulating إلا أن ما حدث العام ١٨٩٠، والذي يعد عام ذروة الثورة الصناعية، كان عاملاً مهماً في تأسيس هذه الشركة.

كانت الولايات المتحدة الأميركية تعاني من حساب نسبة السكان بسبب الهجرة المتواصلة إلى أراضيها، فطرحت حينها مسابقة لايجاد طرق أفضل لحساب نسبة السكان بشكل أسهل بغرض الوصول إلى إحصاءات دقيقة.

فاز شخص يدعى هيرمان هوليريث، وهو ألماني مهاجر

يعمل في مجال الاحصاء، وكان أول من يستعمل السلك الكهربائي لآلة تحسب المعلومات بشكل سريع، وأسس بعد نجاحه في هذه المسابقة شركة اسماها Tabulating Machine Co. العام ١٨٩٦.

وصلت الشركة إلى درجة من النجاح. لكن شخصاً يدعى تشارلز فلينت هندس دمج شركة هوليريث مع شركتين آخريين Computing International time Recording و Scale Co. of America.

عانت الشركة بعد توسعها من صعوبة في إدارتها، مما دفع فينت إلى البحث عن شخص كفء ليساعده في إدارة الشركة

وتمت تسميتها CTR كان نشاط هذه الشركة متعدد الجوانب. كانت تبيع ميزان قياس البضائع وآلات تقطيع اللحم والجبنة، إضافة إلى ماكينات تنظيم الجداول والاحصاء. وكان لديها بعد الدمج ١٣٠٠ موظف وأفرع مصانع في ولايات عدة.

عانت الشركة بعد توسعها من صعوبة كبيرة في إدارتها، مما دفع فينت إلى البحث عن شخص كفء ليساعده في إدارة الشركة، فما كان منه سوى التوجه إلى طوماس واطسون الذي كان قد ترك شركة NCR بعد خلاف حاد مع جون هنري باترسون، فكانت فرصة للرجلين لكي يتعاونا وأصبح واطسون العام ١٩١٤ وهو في الأربعين من عمره مديراً عاماً لشركة CTR. وشكل ذلك بالنسبة إليه

تحدياً كبيراً ليثبت لجون هنري باترسون أنه مؤهل لتحمل مسؤوليات أكبر من طاقته.

طبق طوماس واطسون ما تعلمه في الشركة السابقة، وطرح شعاراً شهيراً لموظفيه كان بكل بساطة كلمة واحدة «THINK»، وأصبح هذا الشعار بمثابة أمر اليوم، ليشغل كل موظف دماغه لفائدة الشركة.

رغم الركود الاقتصادي عام ١٩٣٠، استطاعت الشركة ان تتقدم مقارنة بكل الشركات التي ضعفت أو أغلقت

كان أسلوب واطسون في الإدارة مميزاً، وكان يركز كثيراً على الزبون، ويقول دائماً لموظفيه: «ممنوع انهاء خدمات زبون يشتري من شركتنا».

بعد ١١شهراً من انضمامه الى CTR أصبح واطسون رئيساً للشركة، وخلال السنتين الأوليين بعد انضمامه إلى الشركة وصلت مبيعاتها إلى مليوني دولار، ووسع نشاطها إلى أوروبا، جنوبي أميركا، آسيا وأستراليا.

وفي العام ١٩٢٤، ولحضور الشركة العالمي تم تغيير الاسم من CTR إلى IBM وهي اختصار لـ International Business Machines. وعلى الرغم من الركود الاقتصادي عام ١٩٣٠، استطاعت الشركة ان تتقدم وتتطور مقارنة بكل الشركات التي ضعفت أو أغلقت.

كان تركيز واطسون في تلك الأيام على موظفيه،

فكانت شركته من أوائل الشركات التي تعطي تأميناً على الحياة لموظفيها والاجازات المدفوعة. وكان تفكيره منصباً دائماً على أن الوقت سيأتي لتجد الآلات التي تصنعها مصانعها سوقاً لها. وعلى الرغم من أن الطلب كان ضئيلاً، كان يطلب من عماله الاستمرار بتفاؤل، وخدمته الظروف عندما بدأت الولايات المتحدة بطرح أرقام الضمان الاجتماعي فكانت آلاته جاهزة وحاضرة للاستعمال.

لم يعجب نجاح IBM الكثير من المنافسين فتم رفع دعاوى كثيرة ضد الشركة صمدت أمامها فلم تنجح في وقف مسيرتها الناجحة.

كانت IBM من أوائل الشركات التي تعطي تأميناً على الحياة لموظفيها والاجازات المدفوعة

وخلال الحرب العالمية الثانية وضعت جميع أجهزة IBM في تصرف حكومة الولايات المتحدة الأميركية. وكانت الحرب نقطة تحول للشركة إلى عالم الكمبيوتر والمعلومات، وكان ذلك بعد طرح جامعة هارفرد كمبيوتر اسمته (Mark I).

فانزلت الشركة العام ١٩٥٢ كمبيوتراً اسمته (IBM 701) وهو أول كمبيوتر يعتمد على قناة الفاكيوم، ما شكل عاملاً يميز IBM عن Mark I والذي يعتمد على الازرار الإلكتروميكانيكية.

استمرت الاختراعات، ووجدت الشركة نفسها في

صراع للتطور نحو الأفضل وبسرعة هائلة، وكانت كلما تصل إلى اختراع جهاز تعمل على تطويره بطرح جهاز آخر يميزه عنه. وطرحت ايضاً لغة البرمجة Fortran، وهي اختصار For mula - Translation وهي لغة مبنية على علم الجبر والقواعد، وأصبحت أكثر لغات الكمبيوتر استخداماً للعمل التقني.

استمرت الاختراعات، ووجدت الشركة نفسها في صراع للتطور نحو الأفضل

كان ذلك العام ١٩٥٧، وفي العام ١٩٧١ طرحت IBM أول قرص لتخزين المعلومات (Floppy disk)، ما أحدث ثورة علمية في عملية تخزين المعلومات وحفظها.

عندما انتقل طوماس واطسون عام ١٩١٤ من NCR إلى IBM كان ابنه طوماس واطسون جونيور قد ولد. وانضم العام ١٩٣٧ إلى IBM كبائع، ثم انقطع عن العمل لمدة ٥ سنوات وذلك لخدمته في سلاح الجو الأميركي. ثم عاد إلى الشركة العام ١٩٤٦ وأصبح نائب رئيس مجلس الإدارة بعد ٦ أشهر. وأصبح المسؤول التنفيذي الأول ٦ أسابيع قبل وفاة والده في ١٩٥٦/٦/١٩ عن عمر يناهز الثانية والثمانين.

كان واطسون الأبن محباً للكمبيوتر. لذا، ركز كثيراً على هذا المجال ورأى مستقبل الشركة من خلاله، وكان

مغامراً كوالده، وتطورت الشركة بشكل مذهل، بخاصة بالنسبة إلى التسوق والأرباح وعدد الموظفين. وزاد الدخل من ٩٠٠ مليون دولار إلى ٨ مليارات، وارتفع عدد الموظفين من ٧٢٥٠٠ إلى ٢٧٠٠٠٠ موظف.

وتعتبر شركة IBM من أكثر الشركات إنتاجاً لأجهزة الكمبيوتر. كما أنها اشترت شركة لوتس عام ١٩٩٥، وأغلب البرامج التي تكتب في العالم تكتب لتكون متوافقة مع أجهزة IBM، وذلك كي تستطيع الشركات التي تكتب هذه البرامج تسويقها لأجهزة الكمبيوتر الشخصي المنتشرة في جميع أنحاء العالم.

طوماس واطسون وابنه، من الرجال الذين آمنوا بفكرتهم وتحدوا الظروف، ووصلوا إلى المجد والشهرة والمال من خلال أفكارهم وعزيمتهم، واستفاد العالم أجمع منهم.

من «أتاري» إلى ملك متوّج للألعاب

المكافأة.. في نهاية المباراة

يعتبر نولان بوشنيل الأب الروحي لألعاب الفيديو والكمبيوتر التي اجتاحت أسواق العالم وحلت محل ألعاب «الفليبرز» والألعاب الضخمة والمعقدة.

لم يكن أحد يتصور أن الفشل الذي واجهه بوشنيل في البداية مادياً ومعنوياً سيجعله على القمة خلال سنوات معدودة، بخاصة ان البداية كانت بمبلغ ٢٥٠ دولاراً أميركياً. وكفكرة بسيطة عما حققته «أتاري»، فإنها كسبت ٨ في المئة من حجم السوق بعد ١٠ سنوات من تأسيسها، ووصلت عائداتها إلى ٦ مليارات دولار، وهذا الرقم هو ضعف عائدات هوليوود للإنتاج السينمائي، وضعف عائدات كازينوهات لاس فيغاس، و٣ أضعاف عائدات التلفزيون وبوابات الدخول إلى ألعاب كرة السلة، البيسبول وكرة القدم، و٤ أضعاف عائدات حفلات الروك والاسطوانات، ما اعتبر معجزة بحد ذاته.

وقد ولد بوشنيل عام ١٩٤٣ في كليرفيلد في ولاية أوتا في الولايات المتحدة الأميركية. كان والده بناء زرع فيه حب العمل بكد وجهد، وكان يقول له وهو طفل «أعمل بجد لكي تلعب بجد». وترسخت هذه القناعة في عقل بوشنيل وحفظها جيداً.

كان يحب تصليح أجهزة التلفزيون، أجهزة الراديو، الغسالات، إلخ.. وعمل في مهن عدة خلال مرحلته الدراسية.

أعطاه والده قسط المدرسة لدفعه، ولكنه خسرة في لعبة البوكر، ما أجبره على العمل في مدينة ملاه اسمها «بارك لاغوون» ليعوض ما خسره.

كان يحب تصليح أجهزة التلفزيون والراديو والغسالات.. وعمل في مهن عدة خلال مرحلته الدراسية

تعلق بوشنيل بألعاب مدينة الملاهي، ما ساعده في حياته المهنية، وأعطاه العمل في مدينة الملاهي فكرة قيمة عن الألعاب واللاعبين وطريقة تفكيرهم وحوافزهم ورغباتهم، وبالتالي ساعدته كثيراً في اختراعه وابتكاراته لألعاب الفيديو.

عندما دخل بوشنيل إلى جامعة اوتا كان قد أصبح مدير للألعاب في مدينة ملاهي «الاغوون بارك»، ولكنه كان طالباً ضعيفاً، وكان يعرف بفتى الألعاب.

أهمل بوشنيل الدراسة وتعلق بالألعاب بشكل جنوني.

وعلى الرغم من ذلك تخرج في جامعة أوتا بصعوبة حاملاً شهادة في الهندسة الإلكترونية العام ١٩٦٨.

تقدم بوشنيل بطلب للعمل في «والت ديزني»، لكنه رفض ولم يتم قبوله. لذلك قبل عرضاً للعمل كمهندس في شركة «أبكس» في «ماونتن فيو» قلب وادي سيليكون.

تقدم بوشنيل بطلب للعمل في "والت ديزني"، لكنه رفض ولم يتم قبوله

كانت لعبة Computer Space أول لعبة اخترعها بوشنيل عندما كان يعمل مهندساً في شركة «أبكس»، لكنها نالت فشلاً ذريعاً لأنها كانت لعبة معقدة ومكلفة، وكان الناس يريدون لعبة لا تحتوي على الكثير من التعليمات، وكانت الألعاب التي يلعبها مع أصدقائه على الـ Mainframe مخصصة للمهندسين وليس لعامة الناس. وفي تحليله للموضوع يقول: «كان عليّ أن أخترع لعبة سهلة يعرف كيف يلعبها كل الناس، حتى الإنسان الساذج يستطيع أن يعلبها بسهولة». وكانت النتيجة اختراعه لعبة فيديو اسماها «بونغ Pong» وصار بعدها لقبه King Pong.

تم اختراع «بونغ» بناء على رغبته الجامحة لجعل ألعاب الفيديو في متناول الجميع، وقد استوحى بوشنيل الاسم من الصوت الذي تحدثه هذه اللعبة خلال اللعب.

وطرحت «بونغ» عام ١٩٧٢ وحققت نجاحاً باهراً في

العامين ١٩٧٣ و١٩٧٤، وغيرت بذلك عالم الألعاب بأساليب عدة.. غيرت هذه اللعبة صناعة الألعاب التي تعمل بدفع القطع المعدنية النقدية، الأماكن التي تقبل وضع هذه الألعاب وحتى حاجات ورغبات اللاعبين أنفسهم. وغيرت لعبة «بونغ» طبيعة ألعاب الفليبرز والكارتردج والكمبيوتر.

لم تكن لعبة «بونغ» أول لعبة فيديو وكمبيوتر، لأن شركة Magnavox Odyssey Home TV Game ولكن لا مجال للشك في أنها كانت أول لعبة تتوافر لكل الناس وبأعداد كبيرة ومقبولة لدى الجميع.

بعد أكتمال فكرة ابتكار لعبة «بونغ»، استقال بوشنيل من وظيفته في أبكس، وأسس مع تيد دابني الذي كان يعمل مهندساً في شركة أبكس، شركة أتاري لتصميم الألعاب. دفع كل واحد منهما ٥٠٠ دولار، وكانت هي البداية. واختار بوشنيل اسم «أتاري» وهي لعبة يابانية معناها «سوف أهاجمك»، وهذا يبين بعض نواحي شخصية بوشنيل المنافسة.

كان هدف بوشنيل أن يبيع فكرة النموذج الأصلي للعبة «بونغ» إلى شركة «ميداوي بالي». وكان واثقاً من قبول الشركة لعرضه ومشروعه، ولكن أمله خاب عندما رفضت

تم اختراع "بونغ" بناء على رغبة بوشنيل الجامحة لجعل ألعاب الفيديو في متناول الجميع

الشركة الفكرة من اساسها، وكان تعليقها «من هو الذي سيجلس أمام التلفزيون ليلعب لعبة ليس فيها سوى ضغط أزرار»؟ غير ان بوشنيل لم ييأس فذهب إلى «لوس غاتوس» ووضع لعبة «بونغ» في محلات «أندي كاب»، وكان مصمماً على أن يعشق الناس لعبته ويعتادوا عليها.

اتفق بوشنيل و«أندي كاب» للحكم على نجاح هذه اللعبة أن تربح من ٤٠ إلى ٥٠ دولاراً في الأسبوع لكل آلة. وكانت النتيجة أن صاحب مدير محلات أندي اتصل به، وقال له بالحرف الواحد: «خذ ألتك السيئة فهي لا تعمل. انها تثير غضبي وغضب زبائني».

اختار بوشنيل اسم "أتاري" وهي لعبة يابانية معناها "سوف أهاجمك"

احضر بوشنيل عدته لتصليح الآلة، ولكنه لم يجد سبب توقفها عن العمل، وحاول تفحص مكان وضع القطع النقدية فدهش لوجود أكثر من ١٢٠٠ قطعة نقدية، ما دفع الآلة للتوقف. وهكذا، فإن العطب كان سبب نجاحها وليس فشلها، فمبلغ ٣٠٠ دولار كان أعلى رقم يسجل للعبة فيديو. ولحسن الحظ كان ذلك دافعاً لبوشنيل أن يصرف النظر عن بيع الفكرة، وقرر أن يصنعها ويبيعها لنفسه.

الأيام الأولى لشركة أتاري شكلت كابوساً من الناحية

المادية والادارية وخبرة التصنيع. كان الرأسمال الاساسي ٥٠٠ دولار، وتعب كثيراً قبل أن يقنع Wells Fergo Bank باعطاء الشركة ٥٠ ألف دولار كسحب على المكشوف. وعين بوشنيل أشخاصاً عديمي الخبرة والكفاءة، فهو عين مجموعة من الفاشلين والعاطلين عن العمل برواتب ضئيلة، وكانت مناظر هؤلاء وهيئتهم تثير الاشمئزاز، ورائحتهم كريهة.

كان الجو في الشركة محموماً ومجنوناً في الوقت نفسه. ويروى ان وفداً كان يزور الشركة فكان أن طلب بوشنيل من موظفيه الاختباء في الصناديق حتى تنتهي الزيارة.

تطورت الشركة بسرعة واستطاعت التغلب على الافلاس وعدم الخبرة وعدم الكفاءة بفضل الرغبة والتفاني في العمل من قبل بوشنيل (١٢ إلى ١٦ ساعة عمل يومياً)، وهو ما زرعه في موظفيه، ووصلت عائدات الشركة بعد سنة من طرح لعبة «بونغ» إلى ٣,٢ ملايين دولار وفي العام ١٩٧٤ تم شحن ٨٠٠٠ آلة بسعر ١٢٠٠ دولار للآلة الواحدة ووصلت عائدات الشركة إلى ٩,٦ ملايين دولار.

العطل كان سبب النجاح وليس الفشل

نجحت فكرة ألعاب الكمبيوتر واستقطبت الملايين من الناس والموزعين والمنافسين، فانتشرت هذه الألعاب في

الجامعات، المطارات، المطاعم والأرصفة.

حقق بوشنيل انتصاراً شخصياً على شركة ميداوي بالي، حيث أن الشركة نفسها التي سخرت منه ومن لعبته أخذت توكيلاً بالتوزيع، ووزعت نسبة آلات فاقت شركة أتاري نفسها.

تتالت الألعاب بعد «بونغ» وتم طرح ألعاب Super Pong, Grand Track, Space Race, Quadra Pong, Touch Me، وبعدها تم طرح Breakout, Sprintil, Grand Prix, Lemans. Night Driver ثم النجاح الكبير للعبة Space Invadors، والتي تزامنت مع فيلم Star Wars.

لا شك في أن بوشنيل كان قد استفاد من اكتشاف Microprocessor من شركة انتيل عام ١٩٧١. ولولا هذا الاكتشاف لم يكن باستطاعة بوشنيل أن يطور ألعابه التي تحولت إلى جزء لا يتجزأ من عالم التسلية في البيوت.

تطورت الشركة بسرعة واستطاعت التغلب على الافلاس بفضل الرغبة والتفاني في العمل من قبل بوشنيل

استمرت أتاري في التوسع بشكل لم يكن ضبطه سهلا. وكانت تحتاج إلى أموال وزيادة رأس المال لتسويق ابتكارات بوشنيل، بخاصة في مجال صناعة الكمبيوتر التي بدأت حينها بالتطور والتوسع، وفجأة قرر بوشنيل

ان يبيع شركته «أتاري» بدل ان يطرح أسهمها في السوق.

فكر بوشنيل في بيعها الى ديزني، شركته المفضلة، ولكنهم رفضوا، وحاول مع شركة MCI، لكن محاولته باءت بالفشل، الى أن وافقت شركة ورنر للاتصالات ان تشتريها بمبلغ ٢٨ مليون دولار في شهر سبتمبر العام ١٩٧٦، مع شروط تقضي بأن يستمر بوشنيل في العمل في الشركة مع كبار موظفيه.

فكر بوشنيل في بيع شركته الى ديزني، ولكنهم رفضوا ان يشتروها

استقال بوشنيل من «أتاري» تحت الضغط عام ١٩٧٩، وأصبح رئيساً لشركة Pizza time theatre، وكانت هذه الشركة تابعة لورنر قبل أن يشتريها منه بمبلغ ٥٠٠,٠٠٠ دولار العام ١٩٧٧.

نجحت فكرة البيتزا وتوصيلها مجاناً إلى المنازل بشكل كبير، ووصل عدد محلات البيتزا في العام ١٩٨٣ إلى ٢٥٠ مطعماً، وأدخل عليها ألعاباً جديدة اسماها Sente و Kadabrascope لينافس بذلك شركته السابقة أتاري وديزني.

كان بوشنيل إنساناً واثقاً من نفسه بشكل كبير، ومخاطراً من الدرجة الأولى. وكان يحس بأن الابتكار هو طريقه للحياة، وكانت ابتكاراته مبنية بشكل رئيسي على حدسه

وقناعاته، ويأخذ قراراته بشكل عفوي وسريع. كما كان متفائلاً بشكل لافت، ومستعداً لأن يدفع كل ما لديه لتحقيق أحلامه وأهدافه.

فلسفته في الحياة تقول: «التجارة كناية عن لعبة أو مباراة، وكل العمليات التجارية يجب أن تتم على أساس مفاهيم اللعب». وكان أيضاً يعتقد بأن المكافأة في نهاية المباراة أو أية عملية تجارية هي ببساطة عملية حسابية تبين لنا كيف كانت طريقة لعبنا.

وهكذا ففكرة مدعومة بشغف ورغبة استطاعت أن تغزو أسواق العالم وفتحت صناعات جديدة، وحققت أرقاماً مذهلة، وساعدت الكثير من الناس على تشغيل ذهنهم في أجواء تسلية وحماسة، وجعلت لنفسها ركناً أساسياً في أركان الهدايا والتسلية.

كيف بدأ سام والتون من الصفر؟

رفض الاستسلام لخيبة الأمل

تفتخر الولايات المتحدة كثيراً بسام والتون، الذي يحظى باحترام بالغ فيها، وتعتبره مثالاً يحتذى في قصص النجاح.

ولا يكاد يمر حديث عن النجاح والثروة من دون أن يتم ذكر اسم «سام والتون» الذي جمع ثروة تعتبر في المرتبة الثانية بعد ثروة «بيل غيتس» مؤسس مايكروسوفت، ويصنف بين عبقارة التجار، وهو الذي يصف قصة نجاحه بأنها عبارة عن رحلة مخاطرة وجهد وإيمان بأفكار تختلف عن غالبية البشر، وعدم الاستسلام حتى آخر رمق، مهما صعبت الظروف.

ولد سام والتون عام ١٩١٨، ونشأ في مدينة كولومبيا في ولاية ميسوري، وبرز في الألعاب الرياضية في المدرسة.

عمل في متجر «بيني» في ايوا بعد تخرجه في جامعة ميسوري حاملاً شهادة في الاقتصاد. وكان عمله الأول

مؤثراً جداً في حياته المهنية، حيث تعرف إلى شخص كان له تأثيره الواضح في بناء شخصية سام، وهو صاحب المتجر، ويدعى «جون كاش بيني» وكان عمره ٦٥ عاماً.

علمه «بيني» مبادىء كثيرة منها «أعط مقابل كل دولار يدفعه الزبون كل ما تستطيع من قيمة وجودة ورضى، ولن تخسر أبداً». ولم ينس والتون هذه النصيحة أبداً.

«أعط مقابل كل دولار يدفعه الزبون كل ما تستطيع من قيمة وجودة ورضى، ولن تخسر أبداً»

خدم والتون خلال الحرب العالمية الثانية، وبعدها قرر أن يعمل بمفرده، بعدما اكتسب خبرة وشجاعة تساعدانه على التحليق وحيداً. اقترض مبلغاً من المال من بضعة أشخاص ليصبح باستطاعته فتح متجر لبن فرانكلين في نيوبورت أركنساس، وكان متجراً متنوعاً.

لم تمض فترة طويلة حتى كان المحل معروفاً وناجحاً. لكن لسوء حظ والتون لم ينتبه إلى بند في عقد الإيجار ينص على أن تجديد عقد الإيجار راجع كلياً للمؤجر. ولما رأى المؤجر نجاح المحل وازدهاره رفض تجديد العقد. ما أجبر والتون على بيع المتجر لابن مالك المحل.

كان عمر والتون ٣٢ عاماً عندما وجد نفسه بلا عمل وبلا مستقبل. وكان محطماً، يقول عن هذه الفترة: «إنها من أصعب فترات حياتي، وكانت أدنى نقطة أصل إليها

في حياتي العملية. كنت أصاب بمغص في المعدة. لقد بنيت أفضل متجر متنوع في المنطقة كلها، وعملت بكد وجهد وسهر، وقمت بكل شيء بشكل صحيح، والنتيجة، أنا مطرود تماماً من العمل. لم يكن هذا بالنسبة إليّ أمراً عادلاً، لكنني لم أدع خيبة الأمل تحطمني تماماً، لم أدعها تتغلب على عزيمتي في قهر هذا الظرف الصعب. كان يجب عليّ أن أقف مجدداً على قدمي لأتابع الطريق، وأن أبدأ من الصفر، ولكن هذه المرة بشكل أفضل».

انتقل والتون إلى بنتونفيل في ولاية اركنساس حيث حصل مع أخيه جيمس على امتياز لبن فرانكلين فرانشايز.

بدأ والتون من جديد، وساعد في انتشار متاجر فرانكلين وادار عن طريق حق الامتياز هذا ١٥ متجراً في اركنساس وميسوري.

على الرغم من أن عمره كان قد أصبح ٤٢ عاماً، وكان مرتاحاً، لكنه لم يكن مقتنعاً أو راضياً بما وصل إليه. كان يريد المزيد والمزيد.

كان يحلم بطريقة أفضل للبيع بالمفرق، وكان مقتنعاً بأن خبرته لا تسمح له إلا إذا تعلم أكثر، وتعمق أكثر، وهذا ما حصل، فقد بدأ بجولات مكوكية من شرقي الولايات المتحدة إلى غربيها يزور فيها المحلات

كان مقتنعاً بأن خبرته لا تسمح له إلا إذا تعلم أكثر، وتعمق أكثر، وهذا ما حصل

الكبيرة مثل Zayre ,Korvette, Caldor, Kmart. وقد لاحظ أن المحلات الكبيرة والمتاجر الضخمة لا تفتح محلاتها إلا في المدن المعروفة أو قربها، وتهمل المدن والمناطق الصغيرة معتقدة بأن المدن الصغيرة لا تغطي المصاريف.

أعطى هذا الموضوع والتون رغبة وطموحاً وأفكاراً جديدة ومهمة، وأصبح على قناعة بأن المحلات الكبيرة تستطيع أن تحلق عالياً في المدن والمناطق الصغيرة، وأن تجلب أرباحاً غير متوقعة.

تكلم والتون مع إدارة «بن فرانكلين» بخصوص فتح محلات في مناطق نائية، ولكن الرد كان قاسياً ويرفض هذه الفكرة لعدم جدواها.

فكرة فتح محلات في مناطق نائية، جوبهت برد قاس ورفض هذه الفكرة لعدم جدواها

لم ييأس والتون. وعلى الرغم من أنه كان يعمل من ١٦ إلى ١٨ ساعة يومياً، قرر أن يقوم بتنفيذ فكرته وحيداً ومن دون «بن فرانكلين ستورز»، وكان قد تعلم كثيراً من كيفية إدارة متاجر المفرق، ولكنه لم يكتف بذلك، إنما ظل يسافر إلى انكلترا لمدة سنتين يدرس محلاتها وأسباب نجاحها ويقابل أصحابها ومدراءها.

كان والتون أشد الناس إعجاباً بمتاجر Kmart، ويعترف

بذلك قائلاً: «لقد نقلت الكثير مما تعلمته من Kmart إلى Wal-Mart، وكنت آخذ الكثير من الأفكار من هذا المكان المميز».

وفي العام ١٩٦٢ كان قد أصبح عمر والتون ٤٤ عاماً. وقرر حينها أن يستقل بنفسه، ورهن منزله وكل ما يملك مقابل مبلغ من المال ليفتح أول متجر متنوع كالسوبرماركت وأسماه Wal-Mart وكان موقعه في مدينة روجرز في ولاية اركنساس. وبعد سنتين استطاع أن يفتتح محلين آخرين في سبرينغ دايل وهاريسون.

الجميع حولي كان مشككاً فيما أقوم به، وكنت أحس بأنهم يضحكون عليّ من وراء ظهري"

يقول والتون عن تلك الفترة: «لقد انتابني شعور غريب بعدما فتحنا في سبرينغ دايل، أحسست بأن الأمور ستكون على ما يرام، وكأن عظمة في جسدي كانت تحدثني عن نجاحي، على الرغم من أن الجميع كان يسخر مني، والجميع حولي كان مشككاً فيما أقوم به، وكنت أحس بأنهم يضحكون عليّ من وراء ظهري».

بالفعل، كان هذا حاصلاً، وأحد هؤلاء كان ديفيد غلاس، الذي أصيب بالرعب عندما كان موعد افتتاح فرع هاريسون، والذي وصفه بأنه أسوء محل يمكن أن تشاهده في حياتك. ويقول عن ذلك غلاس: «كان منظراً مضحكاً

عندما أحضر سام شاحنتين كبيرتين من البطيخ، وأنزلهما عند باب المحل، وكانت هناك قرود بدأت تقفز على أكوام البطيخ، ولم أعتقد بأن هذا المحل سينجح في حياتي».

يعترف والتون في هذا الشأن قائلاً: «كنا هواة في البداية، والأخطاء كانت فادحة، ولكن ما تعلمناه كان أعمق ومفيداً وصحح الصورة التي بدأنا بها.. صحيح أنني أكره ما أراه عندما أتخيل الموقف في البداية، ولكن كان لدي إيمان بأن المشروع سينجح والناس ستحبه، لهذا لم أكن قلقاً».

كنا هواة في البداية، والأخطاء كانت فادحة، ولكن ما تعلمناه كان أعمق ومفيداً وصحح الصورة التي بدأنا بها

لم يتوقف والتون عن التوسع، واستمر في البحث عن مواقع جديدة ومهملة، على الرغم من أن النصائح من حوله تدعوه للتروي.

يصف ذلك قائلاً: «كنت أركض وراء أفكاري وألاحقها حسب رأي الآخرين برغبة شديدة، ولكنني أسميها هاجساً، وكنت أحب عملي كثيراً وأعرف كل شاردة وواردة فيه. كنت أمسح البلاط، أتابع المحاسبة وأشتري البضائع، ومن حسناتي تجريب كل جديد، وليس لدي مقاومة للتغيير أبداً».

كبرت متاجر «وول مارت» ببطء ولكن بثبات وخلال ٨ سنوات وصل عدد متاجر سام والتون إلى ٢٥ متجراً.

وبعد ١٣ عاماً من البداية وصلت السلسلة إلى المرتبة الثامنة في جميع الولايات المتحدة الأمريكية بوجود ٦٤٢ محلاً في ١٩ ولاية، ودخل سنوي يتجاوز الأربعة مليارات دولار.

وفي العام ١٩٨٣ اختارته مجلة «فوربس» كثاني أغنى شخصية في الولايات المتحدة بثروة مقدارها ملياران و١٥ مليون دولار.

نجح سام والتون نجاحاً باهراً. وفي شهر مارس (آذار) من العام ١٩٩٢ سافر الرئيس الأمريكي السابق جورج بوش إلى الإدارة العامة لوول مارت في اركنساس، حيث تم تكريم سام والتون وتقليده وسام الحرية وهو أعلى وسام يعطى إلى مدني.

بعد أقل من شهر توفي سام والتون، وعند مماته كانت متاجره قد وصلت إلى ٤٣ ولاية. وكان العام ١٩٩٥ عام وجود Wal-Mart في جميع الولايات المتحدة بمدخول سنوي مقداره ٨٢ مليار دولار.

كانت هذه حكاية نجاح سام والتون والذي يعتبر من أوائل من طرحوا فكرة السوبرماركت والهايبرماركت في العالم، وكان شعاره: «اشتر بضاعتك بشكل جيد وبعها بسعر زهيد مقبول، كل يوم، وخلال ذلك، ابتسم».

«اشتر بضاعتك بشكل جيد وبعها بسعر زهيد مقبول، كل يوم، وخلال ذلك، ابتسم»

ساكيشي تويودا

عامل نول يجتاح عالم تصنيع السيارات

شركة تويوتا أشهر من نار على علم في مجال تصنيع السيارات، وهي السيارة التي غيرت المفاهيم والقناعات في مجال قيادة السيارات وسرقت الأضواء من السيارات الأميركية، واكسبت دولة اليابان مكانة مرموقة، وفرضت احترامها على العالم اجمع، وذهبت إلى أبعد من ذلك؛ إذ نافست السيارات الأميركية في عقر دارها ومولد صناعة السيارات. والدليل على ذلك ان سيارة «كامري» التي تصنعها تويوتا احتلت المرتبة الأولى كأكثر السيارات مبيعاً في أميركا العام ١٩٩٧، وهي الأولى في اليابان من دون منازع، والثالثة بعد جنرال موتورز وفورد على مستوى العالم من حيث التصنيع والإنتاج.

لا يقتصر تصنيع تويوتا على السيارات، إنما يتعداها الى الشاحنات والرافعات المشعبة. كما ان لدى الشركة نشاطات متعددة في مجال الاتصالات في دول عدة، منها الولايات

المتحدة، غربي أوروبا، الصين، جنوب شرقي آسيا، أميركا اللاتينية والهند.

مؤسس شركة تويوتا ياباني يدعى ساكيشي تويودا، سلم ارثه الى ولده النشيط كيشيرو تويودا.

في الواقع، بدأ ساكيشي تويودا عمله على النول، وقد اسس نول تويودا الاوتوماتيكي في وسط اليابان لصنع آلة النول العام ١٩٢٦. وقبل وفاته العام ١٩٣٠ باع حقوق الآلة التي اخترعها، واعطى الدخل لولده كيشيرو تويودا ليبدأ عملاً يتعلق بصناعة السيارات. وهكذا كان وفتح كيشيرو قسما للسيارات داخل مصنع النول، وبدأ بتقليد تصاميم المحركات الأميركية، فتمت ولادة أول موديل لشاحنة G1.

تعلق كيشيرو بهذا العمل، وسهلت الظروف صناعة السيارات في اليابان فقرر أن يعلن عما صممه.

اسم العائلة "تويودا" إنما تم تغييره الى تويوتا لتسهيل لفظه باللغة اليابانية

وفي العام ١٩٣٧ قرر أن يوسع قسم السيارات، وبدأ تنفيذ ما يحلم به بجدية وتصميم أكثر. كما شهد هذا العام ولادة شركة تويوتا للسيارات، وتم اختيار اسم الشركة «تويوتا» وهو اسم العائلة «تويودا» إنما تم تغييره الى تويوتا لتسهيل لفظه باللغة اليابانية.

اندلعت الحرب العالمية الثانية واجبرت الحكومة اليابانية

شركة تويوتا على تسخير عملها لتصنيع الشاحنات الحربية ليتم استعمالها في الحرب.

انتهت الحرب تاركة وراءها شركة تويوتا مقطعة الأوصال وتعاني من مشكلات مالية صعبة جدا. وقد مرت الشركة بصعوبات جمة وكان مستقبلها في خطر. ومرت السنوات بطيئة على تويوتا حتى العام ١٩٥٠ عندما بدأت الأمور تتحسن. وقد اعادت الشركة تنظيم نفسها وأسست مبيعات تويوتا موتور ذراعها التسويقية كشركة مستقلة وقائمة بحد ذاتها.

انتهت الحرب تاركة وراءها شركة تويوتا مقطعة الأوصال وتعاني من مشكلات مالية صعبة جدا

التزام شركة تويوتا بالأبحاث والتطوير والجودة والفعالية أعطى ثماره، بخاصة بعد طرح السيارة الرائدة بالدفع بأربع عجلات Land Cruiser العام ١٩٥١، ومن بعدها السيارة الفخمة Crown العام ١٩٥٥ والتي بيعت كسيارات أجرة، ومن ثم السيارة الشعبية Corona العام ١٩٥٧.

كانت الشركة تحلم بشكل دائم في ان تتوسع خارج حدود اليابان، ومن اوائل توسعاتها الخارجية بعد تايوان اتجهت شركة تويوتا الى المملكة العربية السعودية، حيث اخذت شركات عبداللطيف جميل وكالة تويوتا في السعودية في أبريل ١٩٥٥. وفي العام ١٩٥٧ تم تصدير

أول سيارة يابانية إلى الولايات المتحدة الأميركية، وكانت سيارة كراون. وفي أكتوبر ١٩٥٧ تم انشاء تويوتا موتور في الولايات المتحدة، وبعدها بفترة قصيرة توسعت الشركة الى البرازيل.

تركزت سياسة تويوتا، منذ انشائها، على أن تبسط جناحيها على أكبر عدد من الدول وتحضير اسواق جديدة ليتم استيعاب ما تصنعه بشكل دائم وفعال. لذا اتبعت سياسة التوسع المنظم، واستمر توسعها بشكل كبير، فاتجهت إلى جنوب افريقيا العام ١٩٦١ وفي السنة نفسها إلى تايلاند، وفي العام١٩٦٣ الى استراليا (ابريل)، والدانمارك (مايو ١٩٦٣)، وهولندا (مارس ١٩٦٤)، كندا (نوفمبر ١٩٦٤)، بريطانيا (اكتوبر ١٩٦٥)، ماليزيا (فبراير ١٩٦٨)، بلجيكا (اغسطس ١٩٧٠)، المانيا (يناير ١٩٧١)، اندونيسيا (يناير ١٩٧٢) ومن بعدها إلى كافة انحاء العالم.

هذا التوسع لا يعني أن كل ما قدمته الشركة لقي اقبالاً ونجاحاً، على سبيل المثال فإن سيارة كراون تم سحبها من السوق لعدم فعاليتها في السوق الأميركية ولم تيأس الشركة، انما بحثت عن الحلول على الرغم من تأثر سمعتها مع أول سيارة طرحتها،

رغم ان سيارة كراون تم سحبها من السوق لعدم فعاليتها في السوق الأميركية.. ولم تيأس الشركة

فكانت النتيجة انه تم تطوير المفاهيم فولدت سيارة كورونا، ولكن النجاح الساحق تحقق مع سيارة كورولا الاقتصادية والمتينة، والتي أصبحت الأكثر مبيعاً على الاطلاق. ومع حلول العام ١٩٧٠ كانت مرتبة تويوتا الرابعة في العالم في مجال صناعة السيارات وفي العام ١٩٧٥ عزلت تويوتا شركة فولكسفاغن التي كانت تحتل المرتبة الأولى بين الشركات الأجنبية المصدرة الى سوق الولايات المتحدة.

لاحظت تويوتا ان السيارات الأميركية كبيرة وتستهلك بترولا كثيراً، فما كان منها إلا أن صنعت سيارة صغيرة

ساعدت أزمة البترول على رواج سيارات تويوتا، والتي كانت تصرف نسبة قليلة من البترول قياساً بالسيارات الأخرى، ما رفع مبيعاتها بشكل ملحوظ وملموس.

كل ما فعلته تويوتا انها لاحظت ان السيارات الأميركية كبيرة وتستهلك بترولا كثيراً، فما كان منها إلا أن صنعت سيارة صغيرة واقتصادية غطت احتياجات العامة من الناس من دون ان تنتقص من الجودة.

رواج سيارات تويوتا كان سلاحاً ذا حدين فأصبحت السيارة شعبية جدا. وكثير من الذين يبحثون عن الفخامة عزفوا عن شرائها، فما كان من تويوتا سوى تصنيع سيارة نافست مرسيدس وبي أم دبليو ونيسان، ومن هذا المنطلق

ولدت سيارة Lexus العام ١٩٨٩.

وهكذا أصبحت لدى تويوتا سيارات ترضي جميع الأذواق وجميع الميزانيات واستطاعت أن تصل الى جميع انحاء الكرة الأرضية.

تويوتا أكثر من حكاية نجاح فهي في تقدم دائم، وشراء سياراتها يزداد سنة بعد سنة. وقد بلغت مبيعاتها العام ١٩٩٧ حوالي ٩٩ مليون دولار بمعدل زيادة بنسبة ٢,٤ في المئة على العام ١٩٩٦، وبلغ عدد موظفيها ١٥٠٧٣٦ موظفاً مع نهاية العام ١٩٩٧.

طفل يتيم تبنته عائلة من الملجأ

مبتكر من نوع نادر

يعتقد لم يكن أحد يتوقع أن يصبح الطفل اليتيم، الذي تبنته عائلة من الملجأ، مبتكراً من نوع نادر أسهم بشكل فعال في نهضة الحاسب الآلي، وطوره، وجعله من الأساسيات في حياة الإنسان، ما جعل الاستغناء عنه في عصرنا الحالي أمراً صعباً أو حتى مستحيلاً، انه ستيفن جوبس، مؤسس شركة أبل ماكنتوش للكمبيوتر بالتعاون مع ستيف وزنياك، الذي شكل معه ثنائياً رائعاً ظهر تأثره جلياً في تطور الكمبيوتر.

على الرغم من أن ستيف جوبس لم يكن المخترع لأول كمبيوتر شخصي لـ «أبل» (سبقه إلى ذلك ستيف وزنياك)، انما يعتبر الأب البديل الذي غزا باستمرار فكرة الكمبيوتر الشخصي، وأوصله الى مرحلة النضج وقطف الثمار. باختصار، كان وزنياك الأب الذي انجب، وكان جوبس الأب الذي ربى. فلولم تكن هناك حماسة وتصميم لدى جوبس لتسويق أبل -١، لكان هناك كلام آخر ومختلف عن شركة أبل والدليل على ذلك ما قاله ريجيس ماكنا،

الذي كان يعمل مراسلاً صحافياً لشركة أبل في بداياتها: «لا أنكر أن وزنياك هو الذي صمم آلة أبل، ولكن لولا ستيف جوبس لكانت هذه الآلة قابعة في محلات التسلية ونوادي الهواة. كان وزنياك محظوظاً لمشاركته مبدعاً كستيف جوبس».

ولد ستيفن جوبس في فبراير (شباط) ١٩٥٥ في كاليفورنيا، التي شاءت المصادفات ان تكون قلب صناعة الحاسب الآلي في ما بعد.

نشأ في الستينات وكان سلوكه متأثراً الى حد بعيد بالظروف التي كانت تسود تلك الحقبة من التاريخ

كان جوبس يتيم الأبوين، وكان محظوظا لأنه أصبح ابن بول وكلارا جوبس بالتبني، نشأ في الستينات وكان سلوكه متأثراً الى حد بعيد بالظروف التي كانت تسود تلك الحقبة من التاريخ من ثورات وضغوط، وبالتالي فإن وجوده في منطقة «ماونتن فيو» أثر فيه تماماً، وكان ممكناً ألا نسمع بستيفن جوبس لو انه ولد في أوماها مثلاً. فالمحيط الذي عاش فيه كان له أثر في أحلامه وشخصيته، وبالتالي في النتائج التي حققها.

شهد جوبس عصيان «هايت - أشبوري»، «ايزالين»، «سانتا كروز»، «بركيلي» التي شكلت جزءاً مهماً من وادي سيليكون الغامض. وشكل الشعر الطويل، الماريجوانا، والصندل جزءاً مهماً من أعمال وتجارة وادي سيليكون،

وكان ينظر إلى جوبس على أنه أحد الثوار في مدرسته «هوم ستيد هاي» إذ كان منعزلاً، ووحيداً من دون أصحاب ولا أصدقاء، وكانت لديه نزعة ضد المعتقدات الدينية، وكان ضد الكنيسة. غريب الأطوار هذا، لم يستطع التفاهم مع غيره من الأولاد. يريد أن تسير الأمور حسبما يرى، وقد تبعه هذا السلوك الى أبل في ما بعد.

كان مختلفاً. وعندما كبر وأصبح في الثانوية العامة كان يحب الاختلاط بمن هم أكبر منه. أحدهم كان ستيف وزنياك، والذي كان يكبره بأربع سنوات، كان جوبس يحب الالكترونيات، وغمره الفرح عندما صمم مع وزنياك «العلبة الزرقاء» التي كانت تساعد على تخفيض رسوم الهاتف للمكالمات البعيدة. وقد صممها بوزنياك، وباعها جوبس عندما كان في الثانوية العامة.

ترك الجامعة بعد أول فصل ليعمل في شركة «أتاري»، وليبحث عن المستقبل الذي يحلم به

كانت هذه بروفة لما حصل بعد ٣ سنوات عندما أسس جوبس (٢٠ عاماً) ووزنياك (٢٤ عاماً) شركة «أبل». وقد تخرج من المدرسة العام ١٩٧٢، ودخل جامعة ريد في أوريغون. وترك الجامعة بعد أول فصل ليعمل في شركة «أتاري»، وليبحث عن المستقبل الذي يحلم به.

تأسست «أبل» للكمبيوتر في ١/٤/١٩٧٦، وحصلت

في العام ١٩٧٨ على مساعدات مالية للقيام بمهامها، لأن الشركة عانت مالياً حتى العام ١٩٨٠ عندما طرحت اسهمها للعامة.

لم تكن «أبل» أول شركة كمبيوتر، فقد كان ألتير ٨٨٠٠ أول كمبيوتر، وهو عبارة عن جهاز للهواة تم تسويقه عبر البريد العام ١٩٧٤. ولم يكن التير كمبيوتراً شخصياً ناجحاً لأنه لم يكن باستطاعة المبرمج ان يخزن ويسترجع المعلومات. واستطاع جهاز «أبل ١» أن يصل إلى المستهلك. وفي العام ١٩٧٧ تم طرح جهاز «أبل ٢» الذي يحتوي على المواصفات التي عرفت بها «أبل». وكان الجهاز يحتوي على شاشة ملونة ولوحة مفاتيح ومكان لوضع الأقراص.

استطاع جوبس ان يغير نظرة الخبراء إلى الكمبيوتر الشخصي الذي كان يعتبره معظمهم جهازاً للهواة

استطاع جوبس ان يغير نظرة الخبراء إلى الكمبيوتر الشخصي، الذي كان يعتبره معظمهم، وبينهم IBM، جهازاً للهبيين والهواة، ولا يمكن أن يجتذب عامة الناس، ولم يهتم جوبس ووزنياك لأحد، وكان جوبس يعتقد بأن هناك سوقاً مهماً لهذه الآلة على الرغم من كل ما كان يدور حوله من اعتراضات.

وتظهر ضخامة ما قدمه جوبس لعالم الكمبيوتر من خلال علاقته مع وزنياك. فقد باع جوبس سيارته

الفولكسفاغن واقنع وزنياك بأن يبيع آلته الحاسبة وماركتها (HP) لكي يحصلا على مبلغ ١٣٠٠ دولار كان كل ما يملكانه لكي يصنعا أول جهاز «أبل».

قرر وزنياك أن يبيع حقوق تصميم «أبل» ولم يقتنع احد بهذا الجهاز في البداية، ورفض جوبس ان يعطي حقوق التصميم لأحد.

كان جوبس شخصية استبدادية أوتوقراطية على الرغم من أنه كان في العشرين من عمره، وصمم على أن يوصل الكمبيوتر الى السوق بنفسه. أما وزنياك فكان يريد أن يرى فكرته تولد، حتى لو أراد أن يعطي هذه الفكرة للآخرين.

كان جوبس شخصية استبدادية أوتوقراطية على الرغم من أنه كان في العشرين من عمره

كان وزنياك عالماً ومهندساً متفانياً، ولكنه لم يكن مبدعاً وخلاقاً. أما جوبس فهو المبدع والخلاق الذي اوصل «أبل» إلى ما عليه الآن. وقد عانى الكثير قبل أن يقبل وزنياك ان يبيع آلته الحاسبة وصرف المال على أول جهاز لـ «أبل» فيما باع جوبس ٢٥ جهازاً لمحل يحتوي على ألعاب للتسلية.

حول جوبس كاراج منزله إلى ورشة عمل، وجعل غرفته مخزناً، وغرفة الجلوس مكاناً للتحميل والتفريغ، ولم يكن المكان منزله، انما منزل العائلة التي تبنته وحمل

اسمها. فقد حوله إلى مصنع صغير بأسلوبه الاستبدادي وليس بالتراضي. وساعده سلوكه هذا على تحقيق اشياء كثيرة لعالم الكمبيوتر، فلولا هذا السلوك لم يكن وزنياك ليرضى ان يبيع آلته الحاسبة، أو أن يقبل اهله بالتبني بتحويل منزلهم الى ورشة عمل يتم فيها جمع المعدات والآلات حتى من دون أن يسألهم.

تعرض جوبس وزنياك لضغوط كبيرة في أواسط السبعينات، كثيرون توقعوا لهما، ومنهم IBM والصحافة، الفشل، وواجه الاثنان الانتقادات، وعانا الكثير للحصول على المال، تم تطوير آلتهما وتسويقها في ظل ظروف واعتقاد سائد بأنه ليس هناك سوق للكمبيوتر الشخصي.

تعرض جوبس وزنياك لضغوط كبيرة في أواسط السبعينات وقد توقع كثيرون لهما الفشل

ومن سخرية القدر أن شركة «انتيل»، والتي كانت من اشد المعتقدين بأنه ليس هناك مجال أو سوق للكمبيوتر الشخصي، طرحت اكتشافاً هو Microprocessor، ولم تكن الشركة تعلم ان اختراعها هذا هو الذي جعل الكمبيوتر الشخصي من الأساسيات ومتوافراً ومرغوباً فيه من الجميع.

رفض جميع الكبار في صناعة الكمبيوتر قبول عروض وزنياك لتبني فكرة «أبل». حتى نولان بوشنال، مخترع

العاب الفيديو ومؤسس شركة أتاري، رفض فكرة «أبل» تماماً، ولم يقتنع بها ابدا على الرغم من وزنياك عرض عليه شراء شركة «أبل» في بداياتها، للحصول على الدعم المالي، لكن بوشنال رفض.

كان شعور وقناعة بوشنال هما ايضا قناعة IBM، فلم يتصور احد انه يمكن ان يكون هناك سوق للكمبيوتر، الشخصي. وكان هذا دافعاً وبخاصة لستيفن جوبس، أن يثبت صحة احلامه. كان يبحث عن عالم جديد يريد اكتشافه كما اكتشف كولومبوس اميركا. وهنا تجدر الاشارة إلى أنه لولا هذا الرفض لما ازدادت عزيمة جوبس وتصميمه لتحقيق مراده وأحلامه.

كان يبحث عن عالم جديد يريد اكتشافه كما اكتشف كولومبوس اميركا

عانى الشريكان الكثير، وحسنتهما أنهما فكرا عكس التيار، ولم يكن عندهما فكرة أو علم عما وصل اليه الخبراء. لذلك فإنهما ذهبا بتفكيرهما الى حيث لم يذهب الخبراء. لم يكن جوبس ووزنياك على علم بحجم المخاطرة الكبيرة، كما يحسه ويراه الخبراء.

ومن يعلم لربما كان عامل عدم الخبرة هذا ما دفعهما للتفكير بشكل مغاير، وبشكل لا يعرف حجم المخاطر.

لم يكن لدى الاثنان شهادة جامعية، ولم يعيرا اكثر المتعلمين اهتماماً عندما كان يقول لهما هؤلاء انه لا يوجد

سوق للكمبيوتر الشخصي، وقد نصحهما الكثيرون بالابتعاد عن افكار المغامرة، لكن جوبس لم يسمع، وتبع حدسه وقناعته. هذا الحدس وهذه القناعة هما اللذان خلقا سوقاً بلغ ٣٠ مليارا خلال ٥ سنوات، وكان هذا صاعقاً للشركات التي كانت تبيع الـ Mainframe والتي احتاجت إلى ٣٠ سنة للوصول إلى ٣٠ ملياراً.

كانت IBM تتكلم بشكل سيء عن الكمبيوتر الشخصي وذلك لحماية Main Frame، ولكن في العام ١٩٨٠ بدأ اهتمام IBM بالكمبيوتر الشخصي، وطرحت واحداً يحمل اسمها، بعدما مهدت «أبل» الطريق. وقد كانت إرادة جوبس هي التي اثبتت للجميع انهم على خطأ وغير الطريقة التي تعامل معها الجميع مع الكمبيوتر الشخصي.

باعت «أبل» ١٣٠٠٠٠ جهاز «أبل ٢». وفي العام ١٩٨٢ تمت كتابة ١٤٠٠٠ برنامج كمبيوتر لـ «أبل ٢» وحكمت «أبل» العالم لفترة. وفي الحقيقة، نصح الخبراء «اي بي ام» بأن تطرح جهازاً متوافقاً مع «أبل»، لولا الخطأ الذي ارتكبته برفضها فكرة التوافق مع كمبيوترات أخرى.

غير جوبس الطريقة التي تعامل معها الجميع مع الكمبيوتر الشخصي

منعت شخصية جوبس الاستبدادية أياً كان من استعمال نظام تشغيل «أبل»، حتى أنه تم طرح أشكال عدة لكمبيوتر

«أبل» لا تتوافق مع بعضها بعضاً (ليزا، ماكنتوش، وأبل ٣). واحست الشركة بخطئها في أواسط الثمانينات، لكن ذلك كان متأخراً جداً.

كانت فكرة الأفلاس واردة في أي وقت حتى أواخر العام ١٩٨٠

دخلت «أبل» سوق الأسهم وبيع السهم بـ ٢٢ دولاراً، وكان أفضل عرض منذ ان دخلت شركة «فورد» سوق الأسهم العام ١٩٥٠. ووصلت مبيعات أبل الى ٧ مليارات في العام ١٩٩٢، وكل هذا بفضل بصيرة ستيفن جوبس ودعم ستيف وزنياك، على الرغم من الاختلافات بينهما. فوزنياك كان طالب هندسة ترك الجامعة في بدايات ١٩٧٠ ليتزوج ويعمل لشركة Hewlett Packard، بينما كان جوبس يتيماً ولم تكن لديه أية ثقافة أو خبرة تقنية سوى ستة اشهر قضاها في شركة «أتاري». ولم تكن لدى الاثنين أية خبرة في ادارة الأعمال عندما أسسا شركة «أبل» العام ١٩٧٦. وكان النقص في الخبرة، المصادر المالية، وعدم القبول في السوق، عاملاً في نشوب المشكلات شبه اليومية في الصراع لأجل البقاء والاستمرار.

كانت فكرة الأفلاس واردة في أي وقت حتى أواخر العام ١٩٨٠. وفي الصراع من أجل الحصول على المال تعاقبت ادارتان على «أبل»، رأس احداهما مايك سكوت

العام ١٩٧٧ والذي وضع رأسمالا في الشركة. وعند ترؤسه للشركة لم يعط سكوت، ستيف جوبس، أية مسؤوليات، مما أغضبه وساله عن السبب، فكان جوابه له إنه لا توجد لديه أية خبرة، ولا يصلح أن يكون مديراً فعالاً. وسبب هذا انقساماً في الشركة دفع سكوت إلى الاستقالة واصبح بعدها جوبس رئيساً للشركة.

لم ينته طموح جوبس عند «أبل» وأسس شركة جديدة اسماها Next برأسمال قدره ١٥ مليون دولار، واجتلب معه عدداً من الممولين. وقد أدهش العالم عندما قام بعقد صفقات عدة بدأها بصفقة مع روس بيروت بعشرين مليون دولار، أعقبها بتأمين رأسمال قدره ١٠٠ مليون دولار الى الشركة اليابانية Canon. وكان أهم العقود تعاوناً بين IBM وNext أثمر عن مبيعات تقدر بملايين الدولارات.

كان لدى ستيفن جوبس حب للاكتشاف الدائم واكتشاف ذاته. بحث خلال صباه عن أسرار الكون

كان لدى ستيفن جوبس حب للاكتشاف الدائم واكتشاف ذاته. بحث خلال صباه عن أسرار الكون، وذهب الى الهند بحثا عن ما هاريشي يوغي، استاذ الاسترخاء التجاوزي. كان يبحث عن معنى لحياته ورغبة جامحة في معرفة أهله الحقيقيين. تعاطى الماريجوانا LSD، وكان نباتياً. كان يبحث دائماً عن الشعور بالقبول من الآخرين، وذلك عن طريق

الماوراثيات، أو طريقة العيش أو فرصة عمل. ولحسن حظ عالم الكمبيوتر والتكنولوجيا كان القبول عن طريق العمل الذي اختاره.

كان استبدادياً يسعى إلى الكمال. وبالنسبة إليه كانت الطريقة الوحيدة الصحيحة للتفكير هي طريقته فقط

كان استبدادياً ويسعى إلى الكمال. وبالنسبة إليه كانت الطريقة الوحيدة الصحيحة للتفكير هي طريقته فقط. كان لا يحترم السلم الاداري في الشركة، وفي كثير من الأحيان كان لا يأبه لقرارات مجلس الإدارة إذا كان مقتنعاً بفكرته. الهدف كان المهم عنده ولا يسأل عن الثمن. كانت الأزمات في حياته هي دافعه المستمر إلى الابتكار والتطوير. كان لا يحمل شهادة، ومن دون مهنة، ومن دون عمل، ومن دون أصدقاء ومن دون مال ومن دون عائلة. كان يبحث بشكل دائم عن النيرفانا. كان يبحث عن هوية، وكانت شركة أبل هي هويته وعمله ورغبته وحبه وهيامه. ودفع ثمن تعبه وكان في بداياته يرجو الناس أن تقرضه بعض المال لتحقيق حلم غير أكيد وغير مضمون كما كان يرجو الدائنين ان يصبروا عليه كي لا يعلن أفلاس الشركة.

ظل ستيفن جوبس عازبا حتى أصبح عمره ٣٤. تزوج من لورنس بوويل في ١٩٩١/٣/٢٠. واستمر في ابتكاراته وأفكاره المدهشة التي تأثر بها الجميع وأصبح

بعدها شخصية شهيرة تهافتت عليها الصحف والمجلات واختارته مجلة Inc شخصية العقد من ١٩٨٠ إلى ١٩٩٠ العام ١٩٨٩ واختارته مجلة «تايم» أكثر الشخصيات مخاطرة العام ١٩٨٢. واختيرت شركة «أبل» الأسرع في دخول عالم Fortune 500 في الولايات المتحدة.

ستظل بصمات ستيفن جوبس واضحة على عالم الكمبيوتر والطباعة خاصة من جهة توفير الوقت والإبداع في العمل. وهكذا فقد أبدع جوبس من دون أن تكون حوله أية ظروف تساعده للوصول الى ما وصل اليه.

دافعه الداخلي وتصميمه وبصيرته جعلت حتى حلقتنا عنه تطبع وتفرز على جهاز من ابتكاره وتصميمه.

كو ان هيواي

ثورة في التفكير.. يترجمها المال

لكل إنسان ولكل شركة تعريفهما الخاص للنجاح. فكل شركة اشتهرت أو تطورت يكون مفهومها مبنياً على نظرية معينة وعلى هدف واضح تسعى إليه، على الرغم من الصعوبات والعقبات والمنافسين والسوق والظروف.

مفهوم LG Group مبني على اساس: «نريد أن نلفت انتباه العالم لمنتجاتنا» وعلى هذا الأساس، وهذا المفهوم، تطورت الشركة من بداية متواضعة نسبياً لتحتل مكانة مرموقة ومهمة في عالم التجارة الدولية.

LG Group مجموعة شركات كورية جنوبية، وهي ثالث أكبر شركة في كوريا بعد هايونداي وسامسونغ ومركزها سيؤول، وقد كان اسمها سابقا Lucky Goldstar وسميت بعدها بـ LG Group ولديها استثمارات ضخمة في الصين، اندونيسيا، وبريطانيا، وطموحها أن تصبح مؤسسة لها اسمها الخاص بها كشركة «آي. بي ام»

وكوكاكولا.

تتألف المجموعة من حوالي ١٢ شركة متعددة ومختلفة النشاطات. نشاطها الرئيسي يعتمد على الكيميائيات، الإلكترونيات، الخدمات المالية والتجارة العامة. وبعد صدور أوامر للشركات الصناعية من الحكومة الكورية على تحديد نشاطها ركزت هذه الشركة على الإلكترونيات وأجهزة الهواتف النقالة.

يعود تاريخ الشركة الى الحرب العالمية الثانية عندما استطاع كو - ان - هيواي أن يتوصل إلى تركيبة بودرة للأسنان وبعد فترة أسس Lucky Chemical Company العام ١٩٤٧ لتصنيع كريمات للوجه، وبعدها الشامبو ومعجون الأسنان، ولم تمض فترة بسيطة حتى كانت الشركة الوحيدة في صناعة البلاستيك.. وبعد نجاحه أسس كوو شركة تجارية العام ١٩٥٣.

أسس كوو شركة غولدستار العام ١٩٥٨ لتصنيع المراوح بعدها أصبحت الشركة الأولى في تصنيع الراديو ١٩٥٩

وفي محاولة لمنافسة اليابانيين أسس كوو شركة غولدستار العام ١٩٥٨ لتصنيع المراوح بعدها أصبحت الشركة الأولى في تصنيع أجهزة الراديو ١٩٥٩، البرادات ١٩٦٥، التلفزيونات ١٩٦٦، المصاعد والسلالم الكهربائية ١٩٦٨، الغسالات والمكيفات ١٩٦٩، وكانت شركة تكرير نفط

خاصة في كوريا. وقد ازدهرت أعمال لاكي وغولدستار في الفترة ما بين ١٩٦٢ و١٩٧٩ بسبب العلاقة الوثيقة بين كوو والرئيس بارك شونغ هي.

بدأت الشركة بتصنيع المواد البتروكيميائية العام ١٩٧٧، وبنت أكبر مصنع في العالم للصناعات البتروكيميائية في المملكة العربية السعودية العام ١٩٨٦.

وخلال الفترة ما بين ١٩٧٠ و١٩٨٠ توسعت غولدستار بسرعة مستغلة العمالة الكورية الزهيدة، بخاصة في تصدير الإلكترونيات تحت أسماء شهيرة كشركات. Penny, & Sears J.C.

على الرغم من ارتفاع نسبة المداخيل الا ان التنظيم الإداري غير الفعال للشركة أثر في نموها وأضعفها

وعلى الرغم من ارتفاع نسبة المداخيل من الأجهزة الإلكترونية التي تصنعها الشركة ونموها السريع، الا ان التنظيم الإداري غير الفعال للشركة أثر في نموها وأضعفها، ما جعل سامسونغ في المقدمة، كما أن أواخر الثمانينات أضعفت الشركة بسبب عوامل عدة أهمها زيادة اجور العمال وتقلب العملة الكورية، ولكن بداية التسعينات شهدت تعديلات للوضع أعاد الشركة للطريق الصحيح، بخاصة بعد حصولها على خمسة في المئة من شركة zenith الأميركية والمصنعة للتلفزيونات العام ١٩٩١.

العام ١٩٩٢ شهد اندماجاً بين شركة غولدستار وبين غولدستار للإلكترونيات. وفي السنة نفسها تم توقيع اتفاقية مع شركة سامسونغ وذلك لتخفيض مصاريف الأبحاث والتطوير، وفي العام ١٩٩٤ وقعت شركة لاكي غولدستار اتفاقية مع حكومة ساكا في روسيا لتأهيل حقل اولغا للفحم. وفي العام ١٩٩٥ تحول اسم الشركة إلى LG Group. وقد ترأسها بون مو كوو الذي تخرج في جامعة اوهايو في الولايات المتحدة، وعمل الكثير للشركة وأوصلها إلى مراحل مهمة. وهو يقول عن شعارها أنه يمثل وجهاً باسماً، وهو وجه كل من يشتري أو يستخدم منتجات LG Group. وفي كلمة وجهها إلى موظفيه مع بداية العام ١٩٩٨ قال: «يجب أن نستخدم المصاعب والعقبات التي واجهتنا خلال العام ١٩٩٧ والذي يعدّ من أصعب السنوات، ونعتبرها كفرص للتفكير والإبداع. ويجب أن نتعلم دروساً من الأخطاء، فهي تدلنا على ما يجب ألا نفعله ونعمل به. لذا يجب علينا تغيير بعض المفاهيم والعادات التي أدت بنا إلى ما أدت العام ١٩٩٧. وأهم ما يجب أن نقوم به الآن هو:

يجب أن نستخدم المصاعب والعقبات التي واجهتنا ونعتبرها كفرص للتفكير والإبداع

١ - ان نؤمن سيولة بشكل دائم للاستمرار وتطوير

النظام المالي، لأن المال هو الترجمة الحقيقية لكل ما نقوم به من أعمال وهو الذي يدل على قيمة ما نقوم به.

٢ - التركيز على نقاط قوتنا بشكل أساسي لأن التركيز هو أساس النجاح.

٣ - ان نحدث ثورة في طريقة تفكيرنا.

وفي العام ١٩٩٦ أعطت شركة أبل للكمبيوتر الحق إلى LG Group بتصنيع بعض توابع الكمبيوتر. وبعدها أسست مع IBM شركة مشتركة لتصنيع أجهزة الكمبيوتر الشخصية.

فلسفتها الرئيسة هي "تصنيع منتجات عالية القيمة تضاهي قيمة الإنسان وكرامته"

مجموعة شركات LG Group ناجحة على الرغم من الضعف الذي حصل لها، وعلى الرغم من التقلبات العديدة، وهي من الشركات التي خاضت مجالات شتى، وبقوة وعزم، وصلت مبيعاتها إلى ٧٣ مليار دولار، ولديها ١٢٦٠٠٠ موظف وعامل في ١٢٠ دولة.

فلسفتها الرئيسة هي «تصنيع منتجات عالية القيمة تضاهي قيمة الإنسان وكرامته». أنها حكاية نجاح، فلسفتها «التجارب تعلم الإنسان» وخوض المجالات العديدة مهم جداً شرط اكتشاف نواحي الإبداع فيه والتركيز عليه.

في القمة عن طريق السهل الممتنع

«طابخ الحلول» يحصد النجاحات

تعد شركة 3M من أعرق الشركات العالمية، فقد تأسست العام ١٩٠٢ من قبل ٥ رجال أعمال في ولاية مينيسوتا الأميركية. وكان نشاطها الأساسي، آنذاك، مركزاً على بيع أوكسيد الألومنيوم لدواليب الطواحين. ولدى الشركة حالياً العديد من النشاطات، ودخلت عدداً من المجالات تمت تسميتها باسم 3M كاختصار: Minnesota Mining and Manufacturing.

وشركة 3M مملوءة بحكايات النجاح المتواصلة من خلال اشخاص بدأوا من الصفر، أهمهم ويليام ماك - نايت، كاتب الحسابات، الذي أصبح مديراً عاماً للشركة، وكارل ميلر مخترع ورق الفاكس Thermo Fax وريتشارد درو.

وعلى الرغم من أن قصة هذه الحلقة ستكون مركزة على ريتشارد درو والذي كان مخترع الشريط اللاصق Scotch Tape والـ Masking tape، إلا أننا سنسلط بعض الضوء على بدايات شركة 3M، وكيف وصلت إلى ما

وصلت إليه الآن.

كانت البداية في بدايات القرن متعثرة، وانسحب أحد المؤسسين (جون دوان) وتابع ادغار أوبير وتاجر آخر انضم إليه، ويدعى لوسيوي أوردواي، وانتقلت الشركة عام ١٩٠٥ من مينيسوتا إلى دولوث. ولكن المصاريف كانت أعلى من المدخول، ما جعلها في وضع حرج جداً، بخاصة أن المبلغ الذي دفعه أوردواي بلغ ٢٠٠ ألف دولار، وكان مبلغاً كبيراً في ذلك الوقت.

كانت الشركة على موعد مهم جداً العام ١٩٠٧، عندما انضم إليها شخص اسمه ويليام ماك ايت ككاتب حسابات، وأصبح هذا الشخص في ما بعد مدير عام الشركة.

كان شعاره الدائم: "عندما يفقد الإنسان روح المبادرة فإنه يفقد كل شيء"

تحسن العمل وتطور، وتدرج ماك نايت وأصبح صاحب قرار، وكانت لديه أفكار رائعة، ويؤمن بالأبحاث كثيراً جداً، وكان شعاره الدائم: «عندما يفقد الإنسان روح المبادرة فإنه يفقد كل شيء». وبفضل دعمه الدائم للابتكارات طرحت الشركة أبرز الاكتشافات، ومن أهمها الشريط اللاصق العام ١٩٢٥، ورق السيلوفان العام ١٩٣٠، شريط الكاسيت المغناطيسي، وورق الفاكس العام ١٩٥٠.

ثم انتقلت الشركة إلى مجالات أخرى كمواد التصوير

والأجهزة الطبية والصيدلة، وفي العام ١٩٨٠ تم ابتكار الورق اللاصق الشهير Post it Note.

من أهم الأشخاص الذين اسهموا في رفع شأن شركة 3M كان ريتشارد درو.

تابع دراسته بالمراسلة في دورة في الهندسة، وفي الوقت نفسه كان يتابع يومياً صفحة "وظائف شاغرة" في الصحف

كان ريتشارد (٢١ عاماً) يعزف البزق في أحد المطاعم، وكان طموحاً جداً ولم يكن راضياً عن عمله، بل يقوم به لأنه ليس هناك عمل آخر يتقنه. بخاصة أنه ترك الجامعة قبل عمله بسنة. قرر ريتشارد ان يتابع دراسته بالمراسلة في دورة في الهندسة، وفي الوقت نفسه كان يتابع يومياً صفحة «وظائف شاغرة» في الصحف المحلية لعله يجد ما يرفع من مستوى معيشته.

مصادفة رد على إعلان عن تقني مختبر في صحيفة St. Paul Dispatch، وكان هذا الإعلان لشركة 3M، ولحسن حظه وحسن حظ الشركة تم قبوله، وكان طموحه وشخصيته، وليس كفاءته الأكاديمية والعلمية، لعبا دوراً في قبوله لهذه الوظيفة.

تحول عمله إلى صناعة ورق زجاج، وأمضى أول سنتين من عمله في الشركة يفحص المواد الأولية ويقوم بالتجارب للتوصل إلى ورق زجاج ذي نوعية جيدة. واستطاع عام ١٩٢٣ ان يطور ورق زجاج لا يتأثر بالماء وطلبت منه

الشركة أن يأخذ عينات مما تم التوصل إليه إلى مرآب لطلاء السيارات لتجربته والتأكد من جودته.

حادث بسيط غير الكثير وفتح آفاقاً واسعة

لم يكن ريتشارد درو يفكر في أن يخترع شريطاً لاصقاً لولا حادث بسيط غير الكثير وفتح آفاقاً واسعة. فقد وجد عامل صباغة السيارات في حالة غضب شديدة بعدما خرب طلاء سيارة «باكارد» جديدة لعدم وجود ما يثبت ورق الصحف على الجانب الذي لا يحتاج إلى الطلاء.

وكان يتلفظ بألفاظ نابية لم يسمع مثلها ريتشارد في حياته حسب قوله.

أهتم ريتشارد بحل مشكلة العامل، ما دفعه إلى الذهاب إلى المختبر ونجح بعد محاولات عدة في التوصل الى «اسكوتش تيب»، والذي دخل إلى كل مكتب وإلى كل مكان في العالم، وكان أول شريط لاصق شفاف في العالم، ومازال في المقدمة على الرغم من وجود منافسين له.

كان ريتشارد يحب أن ينادى باسم الطباخ، لأنه يعتبر نفسه طباخا لحلول يعانى منها الآخرون. وعندما لاحظ أنه ليست هناك وسيلة فعالة لفصل الجانب الذي يجب أن يطلى والجانب الذي لا يحتاج الى طلاء، قرر أن يطبخ طبخة تجعل فصل الجانبين عملية يسيرة وسهلة.

يقول ريتشارد درو عن اختراعه: «الدافع الأساسي لاختراع الشريط اللاصق الشفاف كان العطف والشعور مع هذا العامل المسكين الذي خرب سيارة جديدة من دون قصد. لم يكن الدافع معرفتي بالمواد اللاصقة، فقد كنت جاهلا فيها. وهذا دليل على ان الرغبة تعتبر أحيانا كثيرة أقوى من الكفاءة. ولحسن حظي فإن شركة 3M كانت على استعداد لتوسيع نشاطاتها واختراعاتها، فقدمت لي الدعم المطلوب من مال ووقت، وآمنت بي، بخاصة ويليام ماك - نايت».

لم يتم اختراع الشريط اللاصق فورا، انما استغرق عامين كاملين جرب خلالهما كل المواد المتاحة. وعشق ريتشارد درو هذا المجال وجعله عمله الأساسي (اكتشاف مواد لاصقة)، وفي العام ١٩٢٥ ولد الشريط اللاصق غير الشفاف الـ Masking Tape وتابع تجاربه وأبحاثه واخترع في العام ١٩٣٠ ورق السيلوفان اللاصق.

استغرق اختراع الشريط اللاصق عامين كاملين جرب خلالهما كل المواد المتاحة

أصبح هاجس ريتشارد درو أن يجد مشكلة تتعلق باللصق ويحاول حلها، وكانت قناعته تقول: «جد مشكلة وضع لها الحل، فإنك بذلك تفيد وتستفيد». لكن عمل ريتشارد لم يكن بهذه السهولة، فأقل اكتشاف كان يتطلب منه حوالي سنة من التجارب وخيبات الأمل.

ومن أهم ما قدمته شركة 3M كان اكتشاف Post - It هذا الاكتشاف الذي لعب فيه ريتشارد درو دورا غير مباشر، والذي سهل الأعمال واعتمد على لصق ونزع الورق من دون مشكلات. وفي الحقيقة فإن هذا الاختراع كان مصادفة، عندما حاول أحد موظفي الشركة أن يضع علامات على الصفحات تدل الى أين وصل.. وتذكر ان ريتشارد درو، ومن خلال محاولاته اختراع مادة لاصقة ودائمة، تعرف الى مواد لا تلصق بشكل جيد ولا تترك اثرا عند نزعها، فما كان منه إلا ان وضع بعضا من هذه المواد على ورق عادي. وفتح بهذا الاختراع البسيط صناعة تقدر بمليارات الدولارات غزت العالم أجمع.

عرفت شركة 3M كيف تختار موظفيها، وكيف تقدم لهم الدعم لتوصلهم إلى حالة من الإبداع، فاستفادت هي بذلك واستفاد موظفوها، وكانت علاقتهم علاقة الفائدة المشتركة.

كانت قناعته تقول: "جد مشكلة وضع لها الحل، فإنك بذلك تفيد وتستفيد"

كانت كل الإبتكارات نابعة من ايجاد حلول لمشكلات يعاني منها الناس بطريقة السهل الممتنع. ولدى الشركة حالياً آلاف المنتجات التي يستخدمها الملايين في مجال التجهيزات المكتبية، التجهيزات الطبية، لوازم العرض، التصوير والتحميض وغيرها الكثير.

تعالوا إلى عالم «بيك»

يعتبر قلم «بيك» أول قلم حبر جاف قابل للرمي غزا هذا القلم العالم وعبر عن ملايين الأفكار وترجمها إلى كلمات بسهولة ويسر، وبطريقة اقتصادية جداً.

قلم بيك يحمل اسم مكتشفه «مارسيل بيك»، الشخص الذي كان حجر الأساس في بناء الشركة العملاقة، وجعلها من أفضل الشركات في العالم.

يقول مارسيل بيك عن هذا النجاح: «ان نجاحنا لم يكن نتيجة تعليم وثقافة يتعلمها الإنسان عادة في المدرسة والجامعة، أميركية كانت أم فرنسية، انما كان نتيجة المصاعب والأزمات التي تعرضت لها منذ أن اخترت ودخلت طريق العمل الحر الصعب والمضني من باب ضيق عندما كان عمري ١٨ سنة».

ولد مارسيل بيك في تورينو في ايطاليا العام ١٩١٤ حيث يتكلم الناس الفرنسية، ولكنه لم يحصل على الجنسية الفرنسية إلا في سن المراهقة.

كان والده ايمانويل مهندساً مدنياً كثير السفر، فقضى

مارسيل بيك طفولته وشبابه مسافراً بين ايطاليا واسبانيا وفرنسا، ما اكسبه خبرة وفرصة ليرى بلاد العالم وهو في سن صغير.

كان يبيع المشاعل الكهربائية أيام الدراسة وهو في الثامنة عشرة من عمره في أسواق باريس

درس مارسيل بيك في أيطاليا ثم انتقل إلى مدرسة الليسية الفرنسية في مدريد، ثم إلى مدرسة الدومينيكان في بوردو في فرنسا. كان يحب عملية البيع والشراء كثيراً، لذا كان أيام الدراسة يبيع المشاعل الكهربائية وهو في الثامنة عشرة من عمره في أسواق باريس، حيث اعتبر أن البيع بهذه الطريقة يكسبه الخبرة والمعرفة وردود الفعل في سن مبكرة.

دخل مرسيل بيك إلى الجامعة. وبعد تخرجه فيها عمل مدير إنتاج في شركة لبيع الأدوات المكتبية، ولكنه كان على قناعة بأن هذا العمل لن يدوم طويلاً. لذا انخرط في جامعة ليلية ليكمل تعليمه.

حصل العام ١٩٣٩ على شهادة في القانون مع بداية الحرب العالمية الثانية، وكان حينذاك يعمل في شركة ستيفانز، وهي شركة فرنسية تبيع الأقلام وكانت منافسة لشركة ووترمان، لكن الحرب أوقفت عمله في الشركة وقرر مع نهاية الحرب العام ١٩٤٥ أن يعمل لحسابه.

بعد الحرب جمع مرسيل بيك مع صديق له يدعى ادوارد بوفارد مبلغ ١٠٠٠ دولار ليشتري محلاً صغيراً ورديئاً الى درجة أن الماء كان يتسرب من السقف، وذلك في ضواحي باريس.

كان اصحاب مصانع الأقلام يخشون افكار مرسيل بيك لانه مخاطر من الدرجة الأولى

بدأ الصديقان بتصنيع عبوات اعادة تعبئة الحبر للأقلام الجافة والتي بدأت حينها تنزل إلى الأسواق. كانت هذه الأقلام باهظة الثمن وغير مضمونة. وتعلم مرسيل الكثير من هذه التجارب والتي أعطته حافزاً للتفكير باختراع قلم يكتب به ثم يتم رميه. وقد امضى أربع سنوات يختبر ويجرب في سبيل اختراع أول قلم له.

لم يعجب الاختراع الأول معظم اصحاب مصانع الأقلام، وكانوا يخشون الدخول في مغامرة من هذا النوع، بخاصة أن صاحب الفكرة هو مرسيل بيك المخاطر من الدرجة الأولى.

لقي اختراعه رفضاً قاطعاً من جميع من عرض عليهم بيك فكرته. لكنه لم ييأس، حاله حال جميع من كتبنا عنهم، ولم يكترث لهذا الرفض ولم يعني له سوى مزيد من التصميم والابحاث والجهد ليصل إلى الرؤيا والحلم اللذين يشغلان باله: «قلم بأفضل خدمة وبأقل سعر». كان ذلك عام ١٩٤٩.

ادخل مرسيل بيك بعض التحسينات على قلمه وعرضه على أفضل ٦ مصانع أقلام في ذلك الحين لأنه لم يكن يملك المال، إنما كانت لديه الفكرة والمنتج.

تأخر طرح مرسيل بيك لقلمه ٣ سنوات أخرى وهو يفكر في كيفية ان يحقق هذا نجاحاً باهراً

إحدى هذه الشركات كانت الشركة الأميركية الشهيرة Waterman، والتي اشترتها شركة بيك لاحقاً العام ١٩٥٨. كان مشروع مرسيل بيك مبنياً على ان يتم تسويق فكرته من قبل هذه الشركات ويحصل هو على نسبة من المال مقابل ذلك. ولكن لحسن حظه رفضت الشركات الست فكرته فقرر ان يمضي قدماً لوحده متسلحاً بدافع قوي. ويقول عن ذلك «كنت مستعداً للتضحية بكل شيء لانجاح هذا القلم الجاف».

تأخر طرح مرسيل بيك لقلمه ٣ سنوات أخرى وهو يفكر في كيفية ان يحقق هذا نجاحاً باهراً. وبالفعل كان له ذلك عند طرحه كان مرسيل يبيع ربع مليون قلم في اليوم متخطياً بفارق كبير جميع المنافسين.

هذا النجاح فاجأ مرسيل بيك نفسه، ويظهر ذلك عندما قال: «لقد كنت أعتقد بأن أقصى درجة في التفاؤل هو أن القلم سيباع منه ١٠٠٠٠ في اليوم، ولكن في أقل من ٣ سنوات كنا نبيع ٢٠٠٠٠٠ إلى ٢٥٠٠٠٠ قلم في

اليوم، كان ناجحاً جداً إلى درجة أنني بدأت أفكر ليل نهار بغزو الأسواق الخارجية».

أعطى هذا النجاح مرسيل بيك دافعاً قوياً وجعله إنساناً يصعب توقيفه، وقد بدأ اتصالاته وزياراته الى الأسواق الخارجية وهو الذي تعلم السفر وهو صغير. وخلال ١٠ سنوات استطاع مرسيل بيك أن يبيع في الولايات المتحدة الأميركية وحدها ٣٣٠ مليون قلم بيك، أي أكثر من قلم ونصف القلم لكل أميركي.

لم يكن الأمر بهذه السهولة لأنه حين دخل بيك إلى السوق الأميركية، وجد منافسة شديدة من شركة جيليت بيبرمايت Gillette Paper Mate وكان تحديه الرئيس هو محو الصورة السلبية والسمعة السيئة لأقلام الحبر الجاف، وكلفه ذلك المال الكثير والذي صرفه على الإعلانات.

نجح في سوق الولاعات وأثبت بذلك أن القلم الجاف الذي طرحه كان ناتجاً عن عبقرية وليس ضربة حظ

بعدما تمكن مرسيل بيك من سوق الأقلام، واطمأن، انتقل إلى نشاط جديد وهو سوق الولاعات وأثبت بذلك أن القلم الجاف الذي طرحه كان ناتجاً عن عبقرية وليس ضربة حظ، وكان ذلك عن طريق طرح ولاعات يتم رميها بعدما تفرغ من الغاز، وبسعر زهيد، وهو ٣٠ سنتاً للواحدة، وقد نافس بذلك الجميع، وحصدت الولاعة نجاحاً أكبر من القلم الجاف، أجبر شركة

جيليت على التخلي عن سوق الولاعات العام ١٩٨٠.

وهكذا استطاعت شركة بيك أن تتغلب على جيليت مرتين في مجال الأقلام والولاعات، وكان هذا النجاح حافزاً لمرسيل بيك للدخول في مجال ثالث وأساسي، وينافس به جيليت، وهو شفرات الحلاقة. ونجح فيه أيضاً إلى حد كبير، بخاصة أنه كان حافزاً لجيليت لكي تدخل في مجال تصنيع الشفرات القابلة للرمي بعد استعمالها.

كان مرسيل بيك محباً لعمله، ومدمناً عليه، ومثابراً لا يعرف اليأس ولا الملل. يستمد نشاطه وحيويته من أحلامه وبصيرته ليصل إلى أهدافه.

تزوج مرتين ورزق بعشرة أولاد. وكان دائم التركيز على الحلول والإمكانات التي تساعده في الوصول إلى ما يصبو إليه. وكان على قناعة بأن الإنسان إذا جد وجد، ولا بد من وجود حلول إذا بحثنا عنها، وهذا ما يميز الإنسان الناجح عن غيره.

توفي مرسيل بيك العام ١٩٩٤، عن عمر يناهز الثمانين تاركاً وراءه شركة تقدر قيمتها بالمليارات عبارة عن مكافأة لجهد وعمل دؤوب ورغبة جامحة لايجاد حلول تساعد على ترك العالم أفضل قليلاً مما كان عليه.

النجاح ثمرة جهد وكفاح

القاسم المشترك بين كل من كتبنا عنهم

كما رأينا من خلال هذا الكتاب، لا يأتي النجاح وليد صدفة إنما ثمرة جهد وكفاح طويل ولاشك أن ما كتبناه رسخ دروساً في النجاح ومتطلباته ومقوماته. فما هو القاسم المشترك بين هؤلاء الناجحين؟

* كلهم كان لديهم حلم ولديهم رؤية عما يريدونه.
* كلهم كانوا يفكرون إيجابياً حتى في أحلك الظروف.
* كانوا يحبون المخاطرة والمغامرة.
* كانت لديهم رغبة في إيجاد وظائف لعدد كبير من البشر.
* كانوا يتعلمون من الفشل والأخطاء.
* كان لديهم حب لعملهم يبلغ حد الهاجس.
* كانوا يعرفون ما يريدون حتى ولو عارضهم العالم أجمع وذلك عن طريق خطة وليس عناد.
* كانوا يبحثون عن أساليب تفيد البشر وتحل مشكلاتهم

فيستفيدون بالتالي منها.

* كانوا يبحثون عن حلول لا أعذار.
* كانوا يبحثون عن منافذ ويحولون المصائب إلى فرص.
* كانوا مثالاً أعلى وقدوة لمن حولهم.
* كانوا يؤمنون بكلمة «حتى» ينجحوا رغم كل الصعوبات.
* كان لديهم القدرة على التعامل مع البشر وتوظيف قدراتهم تجاه هدف واضح.
* كانوا دائماً في تطور مستمر وتنافس مع الذات.
* كانت لهم قدرة عظيمة على استثمار الوقت والجهد والمال والتكنولوجيا والآلات والموارد البشرية.
* كانت لديهم القدرة على الإقناع والتأثير.
* كانت لديهم القدرة على اختيار ردود فعلهم.
* كانوا يعملون والنهاية في ذهنهم واضحة.
* كانوا يعرفون أولوياتهم.

هذه الصفات مداخل مهمة للنجاح، نتمنى أن نكون من خلال هذا الكتاب قد وصلنا إلى هدفنا وزرعنا أفكاراً ومفاهيم تساعد على النجاح والتقدم والتطور. كما أرجو أن يكون هذا الكتاب قد أعطاكم الحافز والحماس اللازمين لتحقيق أهدافكم.

المؤلف

كفاح فياض، لبناني الجنسية ولد في بيروت عام ١٩٦٤. تخرج من الجامعة الأمريكية اللبنانية عام ١٩٨٦ حاملاً بكالوريوس إدارة أعمال وتطوير الموارد البشرية.

كما حصل على دبلوم عليا في التسويق وفن البيع من «كلية كامبردج» من بريطانيا حصل بعدها على دبلوم في التدريب.

يقيم **كفاح فياض** في دولة الإمارات منذ عام ١٩٨٧ أسس عام ١٩٩٤ «مركز برين باور لتدريب وتطوير الموارد البشرية» في دبي حيث لاقى نجاحاً كبيراً وهو يشغل الآن منصب مديره العام ورئيس هيئة التدريب.

تتلمذ على أفكار أنطوني روبنز وتأثر به كثيراً ودرب خلال مشواره المهني مئات الأشخاص وعدداً كبيراً من كبار الشخصيات والمدراء ورجال الأعمال كذلك موظفي الشركات والمؤسسات الكبرى في دولة الإمارات العربية المتحدة وبعض دول الخليج العربي.

لديه بالإضافة إلى هذا الكتاب ٣ مؤلفات تعتمد على الوسائل السمعية والبصرية والمكتوبة والعديد من الأشرطة السمعية باللغتين العربية والإنكليزية والتي تساعد المرء على الاستفادة والافادة في مجال تطوير القدرات والمهارات

البشـرية التي عليهـا يعتمـد نجاح الأشخـاص في عملهم بشكل خاص وفي الحياة بشكل عام. شعاره في الحياة: إذا كان الأفضل ممكناً فالجيد ليس كافياً.